no. 221
1983年10/1

ゲームマシン

アミューズメント通信
OCTOBER 1, 1983

毎月2回（1日・15日）発行　昭和56年10月17日第3種郵便物認可　発行所　アミューズメント通信社　編集・発行人　赤木真澄　〒530大阪市北区神山町9-16（山名ビル）☎06(314)0309　定価300円　年間購読料7,200円（送料共）

GAME MACHINE
Game Machine Magazine is published twice monthly on the 1st and 15th of the month by Amusement Press, Inc., 9-16 Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan. Subscription rate: Japan ¥7200; Overseas (air mail) - US$70.00 per year.

バリー社が 米セガ製造を取得

日本のセガ社に直接影響なし

セガ社開発、バリー社製造

米国のバリー社（本社シカゴ、ロバート・ミューレーン社長兼会長）と米国セガ社（本社ロサンゼルス、デビット・ローゼン社長兼会長）は八月二十五日、米国セガ社の子会社であるセガ・エレクトロニクス社（本社カリフォルニア州サンディエゴ、フランク・フォグルマン副会長）のAMゲーム機製造部門をバリー社が買いとることになった、と発表した。この取り引きにより、日本のセガ社は直接なんら影響を受けないが、日本のセガ社が開発したTVゲーム機の北米市場での優先的製造販売権はバリー社のものになることになった。

G&W社が決算を機に合理化 旧グレムリン社製造部門買却

米国セガ社は米国の典型的コングロマリット（複合企業）であるガルフ&ウェスタン（G&W）・インダストリーズ社の子会社であり、G&W社の子会社にはパラマウント映画社など多数ある。そして米国セガ社の子会社として日本のセガ社（本社東京、中山隼雄社長）、エスコ貿易（本社東京、森健次郎社長）、そして米国のセガエレクトロニクス社、英国のセガ・ヨーロッパ社がある。米国セガ社と日本のセガ社にはパラマウント映画社の重役が役員に入っており、パラマウント映画社にはローゼン氏ら米国セガ社の重役が役員となっており、相互に経営強化を図っている。

ところでG&W社では七月末の会計年度締めにともない八月中旬、不採算部門や低収益事業を整理するという思い切った合理化計画を発表した。これは同社創設者のチャールズ・ブルードーン会長が今年二月死去したことにより、マーチン・デービスCEO（経営責任社）が引継いでいるが、財税務の観点から大幅整理を行ない、従来のコングロマリットとしての方針を転換、一般消費者向け製品、娯楽、金融サービスの三つの消費関連分野に絞ることになったもの。この合理化計画により、米国セガ社に関するものはどうなるか注目されていたが、八月中ほどの発表では「セガ社のTVゲーム部門をパラマウントに吸収させるとの計画があったが、セガ社はその業績不振により売却されることになろう。しかしG&W社は、パラマウントなどを通じてホーム・コンピューター分野に力を入れる計画があることから、セガ社のゲーム・ソフトの開発やライセンス権を手離すことにはならないだろう」（八月十五日付「ウォールストリート・ジャーナル」でのデービスCEOの発言）となっている。この時点では、少なくともセガ・エレクトロニクス社（旧グレムリン社）の整理が具体化しつつあったが、それ以上のことは二十五日まで明らかにされておらず、その後の進展が注目されていた。

米セガ社はバリー社と共同開発 日本セガ社開発品も米国で製造

その後セガ・エレクトロニクス社の整理についてバリー社と話を進めていたことになるが、ついに八月二十五日、バリー社がセガ・エレクトロニクス社の製造部門を取得することになったと共同発表するに至った。その発表内容は次のとおりである。

——バリー社と米国セガ社は八月二十五日、米国におけるセガ社の硬貨作動式AMゲーム機の棚卸し資産をバリー社が取得することで合意した。バリー社が取得する権利には、レーザーディスク技術を利用した新ゲーム機の独占的ライセンス権も含まれている。同様にこの合意により、セガ社とパラマウント映画社の開発に基づく新しい硬貨作動式AMゲーム機をバリー社が製造販売することを含めた、ゲーム機供給の新しい方式も生まれる予定である。

——C&W社の娯楽・コミュニケーション部門担当社長であり、パラマウント映画社の会長であるバリー・デラー氏は「私たちはこのビジネスの創造的かつ発展的な点に、私たちの主要な利権があると確信している。この取引きにより私たちは、私たちの創造力——特にレーザーディスク技術における創造力——を強調することができ、しかもこの創造力をバリー社の製造販売における著名な指導力と結合させることになる。セガ社、パラマウント映画社、バリー社は共同でハードとソフトを開発していくことになり、その結果完成したゲーム機についてはバリー社が硬貨作動式（業務用）に関し、セガ社がコンシューマー用に関しそれぞれ製造販売することになる」と解説している。

——バリー社の社長兼会長であるロバート・ミューレーン氏は「私たちはこの長期間にわたる提携をすることができることを喜んでいる。私たちはこれが関係者全員にとってプラスになり、そして硬貨作動式AMゲーム機業界におけるバリー社の地位を高める、と信じている」と語った。

——米国セガ社の日本における子会社、セガ・エンタープライゼスはこの発表内容によって影響を受けないし、従来どおり製造、オペレーションを続けていく。

——以上の取り引きは最終的な詰めと両社の取締役会の承認へと進められ、今月（八月）末には契約成立すると見られている。

事実上バリー社は米国東西に 2つのTVゲーム機製造工場

以上の発表内容のうちTVゲーム開発にパラマウント映画社が入っているのは、パラマウント映画「スタートレック」でTVゲーム機「スタートレック」などが開発されてきていることを意味していると見られている。また今回バリー社が取得したのは、サンディエゴのテクノロジードライブ工場団地内にある十二万五千平方フィートという大規模なTVゲーム機製造工場で、アエロドライブの旧グレムリン社本社にあったTVゲーム機開発部門はそのまま残存することになっている。なお正式契約は八月三十一日に予定どおり行なわれた。

今回の契約により、セガ・エレクトロニクス社の製造部門がバリー社のものとなるとともに、米国セガ社ではバリー社と共同でTVゲームの開発が行なわれることになったが、日本のセガ社が開発したものについても米国市場ではバリー社が製造、マーケティングすることになった意義は大きい。これはとくに、日本のセガ社が開発したゲーム機をどれもバリー社が優先的に選択する権利を持つことをも意味している。結果的には、米国セガ社は米国で開発部門だけ残すことになったわけで、日本でのセガ社、エスコ貿易は今のところその経営など変化はないとされている。

拡大続けるバリー社

レジャー産業全般へ、すでに21社を傘下に

バリー社・ミューレーン会長

バリー・マニュファクチュアリング・コーポレーション（通称バリー社）は、一九三一年設立されピンボール機「バリーフー」の大ヒットで基礎を築き、戦後フリッパー、スロットマシン、ビンゴピンボールのメーカーとして拡大を続け、六九年にはエレメカゲーム機メーカーだったミッドウェー社を買収、これは後にTVゲーム製造部門となった。こうしてAM機とギャンブル機の世界最大級のメーカーであるとともに、西ドイツの風営遊技機メーカー、バリー・ウルフ社をも所有している。そしてAM機、ギャンブル機関係では国内外に多数のディストリビューター会社を持っているほか、AM機のオペレーター会社アラジンズキャッスル（八三年三月現在米国で四百五十軒のゲーム場を経営している）や、カジノ経営会社パークプレスカジノホテル（アトランチックシチーにある）を展開している。

バリー社の業務は小型ゲーム機などにとどまっていない。八一年、世界第二位の規模を誇るシックス・フラッグス遊園地会社を買収しているが、これは米国の有名な遊園地六ヵ所とワックス・ミュージアム二ヵ所とアーケードゲーム場四十ヵ所を経営しているもの。さらにバリー社はこの一、二年の間に世界有数の公共富くじ会社を持つサイエンティフィック・ゲームズ社、スポーツ産業のヘルス&テニス・コーポレーション・アメリカ、そしてレジャー用船舶メーカーのランサー・ヨット社を買いとっている。

こうしてバリー社はAM機とギャンブル機の製造部門を中心にしながら、遊園地、アーケードゲーム場、カジノの経営と手を広げ、さらに各種レジャー産業へと拡大してきており、レジャー産業分野という観点での拡充を図りつつあると見られている。なお現在バリー社の国内における直接の子会社は十六社、外国では日本、オーストラリア、ヨーロッパなどで六社を子会社としている。

同社決算状況

バリー社はニューヨーク株式市場に上場しており、略称BLYとなっている。同社の業績はここ数年加速度的に上昇しており、八二年末決算では総売上げ高約十二億八千五百万ドル、純利益約九千百万ドルで、十年間にいずれもほぼ十倍に伸ばした。同社ではこうした業績好調を背景にレジャー産業への拡充を図るため、次々と有力会社を買いとってきていることになる。しかしながら今年六月末による八四年度半期決算報告では、売上げ高で二一%、純利益で九四%それぞれ前年同期に比べるとダウンしている。これはTVゲーム機ブームによるゲーム機の飽和状態で、とくに同社のアーケードゲーム機製造部門が低迷しているため。同社としてはこの部門の低迷打開を図ろうとしている。

貸しソフトに許諾権

著作権法改正へ向け審議会が中間報告

著作権法改正を文化庁から諮問されている著作権審議会・第一小委員会（主査＝池原季雄上智大教授）は七月二十六日、当面の改正点を中間報告にまとめこの日開かれた審議会総会に提出した。

この中間報告によるとレコードやコンピューターソフトの貸し出しについて著作権者に許諾権を認める、また複製を業務とするコピー業者に著作権料を支払うよう義務づける――の方針で法改正を進めようとしている。九月には最終報告がまとめられる予定で、文化庁ではそれを受けて来年二月ごろ国会に改正法案を提出する予定となっている。

文化庁は今年一月、著作権審議会に対し、レコード、ビデオ、コンピューターソフトなど著作物の複製物の貸し出しに関し、著作権者らの権利をどう取扱うかなど四項目の課題について検討を求め、これらについては第一小委員会が担当しコンピューターソフトについては新たに設けられた第六小委員会が担当していくことになった。今回の中間報告は第一小委員会によるもので、内容は次の三点にわたっている。

①レコード、コンピューターソフトなど「著作物の複製物の公衆への貸与について著作者に権利を認める必要がある」として「その権利は許諾権とするのが適当」と結論した。②貸しレコードについては作詞、作曲の著作権に許諾を与えるほか、実演家・レコード製作者にも「報酬請求権」を認める必要があるとしている。③「私的使用のための複製」については「複製機器を設置し、他人に利用させて営業する者は、著作権法上の責任を負う」よう新しく規定すべきだ、としている。

AM業界に関連するのは業界から許諾したパソコン用ゲームソフト（ROMカートリッジとカセットテープの二形態がある）の貸し出し営業など。AM業界からはJAMMAが五月二十日付で文化庁の著作権課あてに、パソコン用ゲームソフトがレコード、ビデオなどと同じ貸し出し業の対象となっており、同等に扱うとともに、著作者の権利として保護するよう求める意見書を提出してきている。またパソコンソフトのメーカーである㈱エニックスが貸しソフトの㈲ソフマップを相手どって五月二十四日に東京地裁へ仮処分申請したのに続いて、コナミ工業㈱を含むパソコンソフトメーカー八社が同様に六月十三日、仮処分申請をしている。

これらのパソコン用ゲームソフトの貸し出し業問題についても、第一小委員会は注目し「貸しレコード同様、貸しビデオソフトにも著作権の網をかぶせるべき」とし、ゲームソフトもビデオソフトに含め、著作者に許諾権を認める方向で進めることになっている。

4日間、東北へ JOU家族旅行

日本娯楽機械オペレーター㈿（事務局東京、早見儀信理事長、JOU）では八月五日から四日間、八月例会として組合員の家族も含めた東北旅行を行なった。

今回は組合員とその家族の相互親睦を目的に実施されたもので、とくに会議は持たれなかった。この旅行に参加した一行（二十二名）は、上野発寝台列車で秋田へ。東北各県の名所を回り、秋田竿灯祭り、青森ねぶた祭りの東北二大祭りを見学。また秋田市内にあるロケーション数ヵ所の見学も有志により行なわれた。

なお九月例会は第二十一回AMショー開催に合わせて九月二十九日、東京・浜松町の貿易センタービル内スカイホールにて開かれる予定で、AMショー出品機の品評などが行なわれるもよう。

上の写真はJOU8月例会（家族旅行）での記念写真から

NAO企画広報委が初の会合で

倫理規定を検討

「モデル支部」設定も決定

日本アミューズメント・オペレーター協会（本部東京、内田博会長、NAO）の「企画広報委員会」（真鍋勝紀委員長）は八月四日、東京のホテルニューオータニにて初めての会合を開き、五月の理事会で同委員会に検討を委託された問題を中心に話合いを行った。その主な内容は次のとおり。

①AMOAの〝倫理基準〟を参考にしたNAOの「営業倫理に関する規定」（案）を検討した結果、マナーや店内照明に関する項目を付加して了承された。

②AM業界の流通問題を審議する「流通問題対策委員会」（仮称）を設置する方向で進め、この委員長には段為菁氏（㈱アポロ）を推薦することになった。

③支部活動を活発化するためのひとつの方策として、課題に応じたモデル支部を設けることになった。これは毎年モデル活動の課題を決め、それにふさわしい支部を選んでモデル支部とするもので、実施後はその成果に対して奨励金を交付することになった。第一回目として次の八支部がモデル支部に選ばれた。流通問題対策＝大阪府、県支部設立＝兵庫県、健全運営＝九州、例会活動＝中部、会員増強＝北海道・東北・北陸、広報活動＝静岡県。

このほかさきほど実施された「遊戯機械管理者のための青少年指導員養成講座」の概要が報告され、第二回の同講座が来年一月十八日から三日間開かれる予定になっていると報告された。

NAO広域OP部で各社が

各支部協力を約束

NAOの「広域オペレーター部会」（山田俊夫部会長）では八月十二日、東京・霞が関ビルにて会合を開き、広域オペレーターとNAO各支部活動との関係を中心に種々話合いを行なった。

まず昨年結成された広域オペレーターの「地方連絡会」についてそのあり方が検討されたが、広域各社地方スタッフの負担が大きいこと、同連絡会の目的に対し一般会員が疑念を抱くおそれのあることなどの理由から、現状ではこれを機能させるのは無理として同連絡会を解消することになった。そして広域各社は各支部へ加入し、各地の一般会員と協力して各支部において活動を展開していくことを申し合わせた。

本部は各支部に対して、この申し合わせとともに、支部に参加する広域各社はあくまでオペレーターの立場であること、過当競争などの問題は本部で扱うことを基本とするなどの事項を文書にて通知することになった。また広域各社はNAOの決議事項や情報について、地方担当者に迅速に伝達することになった。

NAOの支部がない地域（あるいは県）においては地域、行政との接触が必要となった場合は、その地域の近隣支部に依頼するとともに、広域オペレーターはこれに協力することを申し合わせた。

このほか同部会は業界全般の問題について審議し、理事会へ企画の提案を行なうことを主な活動とすることなどを決めた。

11月1日からNSビルで

家庭電子機展

玩具見本市は9月から各地で

日本経済新聞社主催により第二回「ホーム・エレクトロニクスショー」が十一月一日から四日間、東京新宿のNSビルで開かれる。

これは電子技術の急速な発達と普及にともない、とくに家庭で使用されるエレクトロニクス商品の未来像を打ち出そうというもの。今後ビデオテックス（キャプテン）、双方向CATV、テレテキストなどニューメディアが身近かになってくることが予想されており、タイムリーな催しとなるもようである。なお昨年は第一回ながら成功裡に開催されており、今回は二回目。

昨年は玩具メーカーのタカラが「ゲームパソコン」を出品したほか、ハンドヘルドゲーム、カラオケ採点機などが出品された。今回もAM指向のものがいくつか出品されるもようである。

以上のほか玩具関係ではLSIゲームブームのあとを受けて、家庭用TVゲームが勢いをつけており、注目されるが、九月以降の玩具見本市の予定は次のとおりとなっている。

秋の東京玩具見本市＝九月六、七日、都立産業貿易センター。大阪玩具見本市＝九、十日、国際見本市港会場。秋の名古屋玩具見本市＝十二、十三日、愛知県産業貿易館。東北玩具見本市＝十四日、勝山インペリアル。北海道玩具人形見本市＝十六、十七日、札幌パークホテル。西日本玩具見本市＝二十二、二十三日、福岡国際センター。中・四国玩具見本市＝十月四日、広島県立産業会館。

玩具業界はとくに年末商戦に重点を置いて、これら一連の見本市を展開していくもようである。

輸出機を公開披露

東娯が「アストロコメット」仮組立て、試運転

東洋娯楽機㈱（本社東京、山田俊夫社長）では同社開発のスタンディング（立ち席）コースター「アストロコメット」を、米国の遊園地キングスアイランドへ輸出することになっているが、このほどその仮組立てと試運転が同社協力千葉工場の㈱赤原鉄工所で行なわれ、八月十日には関係者を招いて公開披露した。

「アストロコメット」は同社が、昨年十一月米国で開かれたIAAPAショーに実物見本（立ち席部分）で出品、コースターの本場アメリカの業者を驚かせた。このショーをきっかけにキングスアイランド（オハイオ州シンシナチー、タフト・ロードキャスティング社経営）との間で契約が成立、来年四月に同園で完成する契約が今年二月に決まっている。東娯のスタンディングコースターはすでに昨年四月よみうりランドと御殿場ファミリーランドで運転開始して成功しているが、米国へ輸出される「アストロコメット」はコース設定など独自のもので、国内のものを発展させたものと言える。もちろんスタンディングコースターが輸出されるのはこれが初めて。

同社では大型遊園機械の出荷に際して、必らず仮組立てと試運転を行なってきている。今回は七月二十日から試運転を開始、八月十日に関係者らを招いての公開披露を行なった。この日はキングスアイランドの乗物営業担当ウィリアム・リード氏、技術担当ビル・フォーキー氏らも臨席、挨拶に立った山田収男副社長は「座席式では味わえない爽快感や開放感を遊園施設に生かし、発展させていくため独特の柔構造など数多く開発した」と自信のほどを述べ、今回の対米輸出の意義の大きさを強調した。今後九月末までに仮組立ての解体から梱包まで行ない、十月中旬には船積みし、年末までに現地で建設、年頭からは試運転を実施、四月十八日に現地で発表会を行ない、同二十日から営業運転を行なう予定となっている。

輸出される「アストロコメット」の仕様はコース全長六八〇㍍、最高部二九㍍、最大傾斜四八度、回転部最大カント八〇度、宙返り部分は高さ二〇・一㍍の幅一二・九㍍、最高速度時速八〇㌔㍍。一回の所要時間一分五十秒、定員四人乗り六両編成で二十四名乗れる。車両入替移送装置（トラバーサー）つきで最大毎時千二百四十人利用できる。同社ではこれを「アストロコメットI型」と名付けて標準仕様としている。

なお同機はコース全体が横から眺めるとコブラに似ていることから、キングスアイランドでは「キングコブラ」と愛称をつけることが、八月十日発表されている。

写真はいずれも東娯の輸出用「アストロコメット」公開試運転にて

TVゲーム著作権と小型乗物で

意見広告を2件

JAMMAが一般にアピール

日本アミューズメントマシン工業協会（本部東京、中村雅哉会長、JAMMA）では、子ども用乗物機を商品一般としてアピールする広告を日経流通新聞の七月二十五日号に、またTVゲームの著作権侵害のないよう注意を促がす広告を月刊雑誌「パソコン」九月号にそれぞれ掲載した。

これらは同協会第十五回理事会（七月十三日）で了承されているもので、ひとつは小型乗物部会（矢野徳蔵部会長）が、小型乗物機を広くロケオーナーなどサービス業者にアピールし、小型乗物機の健全性、意義について理解を深めようとするもの。とくに文章で理解させるというより、イメージで訴えることに重点を置いたものになった。

TVゲームの著作権については、とくにパソコンゲーム分野で利用者が著作権についてさほど理解していないとの状況認識から、警告の意味をこめて注意を促がしたもの。著作権侵害はどういうことかを説いており、文章は次のとおりとなっている。

――日本アミューズメントマシン工業協会（JAMMA）は娯楽機械や小型乗物などのメーカーとディストリビューターなど八十四社が結束し、娯楽機械工業の研究開発・技術向上・健全化を目指し、その生産・流通・貿易の改善向上を通じて社会に貢献したいという主旨で発足した団体です。

JAMMA会員による著作権の主張とパソコン用ソフト業界のご理解によって、われわれの開発した業務用ビデオゲームをパソコン用ゲームソフトとして複製することのルールが作られております。しかしながら、まだ一部のパソコン用ソフト製造業者の方は無断複製行為を継続されております。われわれは大変残念に思いますとともに、われわれの創作に係るビデオゲームの映像表現を無断で複製・改変されている方々に対しましては、前記映像表現が「映画の著作物」または新しい「視聴覚著作物」に該当するとの主張に基づき法的措置を構じざるを得ない立場にあります。仮に法的措置が構じられますと、被告側の立場にある方は自らが独自に開発したソフトにつき第三者に無断で複製・改変された場合、その権利の主張が困難となるなど、多くのマイナスの発生が予想されます。

JAMMAとしましては、正しい競争秩序の中ですべての業者がお客様に喜ばれるゲームの開発努力を続けるためにも、業務用ビデオゲームをパソコン用ソフト化する際には一定のルールをお守りいただきたくお願い申し上げる次第です。

気をつけましょう。ビデオゲームの著作権。
JAMMAからのお知らせ
JAMMA
日本アミューズメントマシン工業協会

小さな瞳の大きな輝き。

JAMMAが出した意見広告から。上はTVゲーム著作権、下は子ども用乗物機についてのもの

セイブ電子「スティンガー」

シグマに販売権

日本を含む世界市場対象に

シグマ商事㈱（本社東京、真鍋勝紀社長）はこのほど、㈲セイブ電子（本社東京、長谷川明社長）開発のTVゲーム機「スティンガー」の独占的販売権を取得した、と発表した。

TVゲーム機「スティンガー」はグラフィックとゲーム展開に特徴のある宇宙戦闘ゲームで、AMショー会場で公開されるもようである。今回シグマ商事が得た独占的販売権は、日本を含む全世界市場を対象としたもの。無断コピー品に対しては断固たる処置をとるとしており、米国での著作権申請も完了している。

特許・実用新案 出願公告・公開

（8月22日～31日）

特許庁に出願された特許および実用新案の公告ないし公開の最新分でAM業界関連のものは次のとおり。記事内容は、公告／公開の日付、発明／考案の名称、出願人、公告／公開番号、出願番号の順に掲載。なお㊫は審査請求のあったものを示している。具体的な内容については、各地の発明協会などにお問い合せ下さい。

特許出願公告

八月三十日付＝「テレビゲーム装置」、シャープ㈱（大阪）、公告39554、出願49－119884。

特許出願公開

八月二十二日付＝「ドライブゲーム装置」、トミー工業㈱（東京）、公開141168、出願57－23070。「落下式遊戯装置」、越智泰（大阪）、公開141171㊫、出願57－24786。「物体落下遊戯装置」、越智泰（大阪）、公開141173㊫、出願57－24787。

八月二十六日付＝「ルーレット遊戯装置」、パシフィック工業㈱（東京）、公開143781、出願57－26951。

八月二十一日付＝「ビデオゲーム映像増大装置」、マービン・グラス・アンド・アソシエイツ（米国）、公開146377、出願57－21918。「遊戯乗物の立席装置」、東洋娯楽機㈱（東京）、公開146378、出願57－29896。

実用新案出願公告

八月二十三日付＝「ゲーム盤」、㈱エポック社（東京）、公告37437、出願53－55174。

実用新案出願公開

八月二十四日付＝「ゲーム具」、佐々木正志（東京）、公開124182、出願57－18567。「宇宙天体作戦ゲーム」、鈴木正勝（愛知）、公開1241183、出願57－20571。「数字を記入したゲーム盤」、松岡幸敏（愛媛）、公開124184、出願57－21343。「ルーレットの停止装置」、㈱タカラ（東京）、公開1224186㊫、出願57－22452。「選択機」、今井亮二（山梨）、公開1224189、出願57－20639。「ゲーム盤」、㈱タカラ（東京）、公開1224190㊫、出願57－22451。

八月二十九日付＝「的当て遊戯装置」、㈱タイトー（東京）、公開126887、出願57－24993。「メダル落しゲーム装置」、パシフィック工業㈱（東京）、公開1226888、出願57－24994。「時計付電子ゲーム盤」、パシフィック工業㈱（東京）、公開1226891、出願57－23622。「時計付電子ゲーム盤」、パシフィック工業㈱（東京）、公開1226892、出願57－23623。「時計付電子ゲーム盤」、パシフィック工業㈱（東京）、公開1226893、出願57－23624。

3つの連続TVモニター採用で

試作機に注目

辰巳の「TX-1」ロケテスト

辰巳電子工業㈱（本社奈良県橿原市、辰巳嘉宏社長）では八月中旬、三つのTVモニターを使用したドライブゲーム機「TX－1」の試作機二台を完成させ、京都と大阪でロケテストして、話題となっている。

同機はコックピット型のTVドライブゲーム機でハンドル、アクセル、ブレーキ、シフトレバーを操作するもの。正面と左右、合わせて三つのTVモニターを備えているのが最大の特徴となっている。これら三つのTVモニターが横に並んで、横に連続して一つのランドスコープを構成している。正面のTVモニターには主にレーシングコースが、左右のTVモニターにはコースの一部やまわりの景色が映し出される。従って一モニターと比べて映像が全体的に大きくなり、コースの見通しもきくようになっているのが面白い。

上の写真はロケテスト中の辰巳電子製「TX－1」のようす

ゲームは全部で五段階に分れており、それぞれの段階を規定タイム以内で通過しないと次の段階に進むことができない。第四段階からはグランプリコースとなっており、富士スピードウェイ、ル・マン、モナコなど八つのコースがあり、これをゲーム中にプレイヤーが選べるようになっており、これも同機の特徴となっている。

販売の時期などについては今のところ未定であるが、㈱関西精機製作所、加藤鈑金工業、タイコー物産㈱、㈱大阪サービスゲームスの四社を通じて行なうことになっている。

ジャクソン倒産

ウィルダネスも同時に

民間の信用調査機関の調べによると㈱ジャクソン（本社東京、菅原武章社長）が八月一日、九日と八千代信金高円寺支店で不渡り事故を起した。

同社は昭和五十六年九月に設立、もっぱらTVゲーム機用PCボードを製造してきたが、それらのPCボードは無断コピー品であったとして、セガ社やナムコなどから仮処分や刑事告訴など法的手続きを数多く受けている。負債総額は約十五億円とされているが、詳しくはわからない。

また同社と関連する㈱ウィルダネス（本社はジャクソンと同じ、菅原武章社長）も八月九日、同様に倒産した。なおセガ社やコナミ工業から仮差押えや民事本訴など法的手続きを受けてきた㈱ダイワ（本社東京、長谷部茂社長）は四月上旬、三井銀行高円寺支店で不渡り事故を起こし、銀行取引停止処分を受けているが、その後長谷部社長はウィルダネスに入社しているもようで、以上三社は同一グループと見られている。

論潮

安いコピー品

無断コピー品のほうがオリジナル品より値段が安い、つまりオリジナル品は高価すぎる――という主張がオペレーターの中には多い。

もちろん無断コピー品のほうがオリジナル品より高価であれば、無断コピー品のほうを選ばないということを、この人たちは言っているのではない。ただ価格面だけを問題にして、オリジナル品は高すぎるとオマジナイのように唱えているにすぎないのである。ではなぜ無断コピー品のほうがオリジナル品より安価なのかという問いに対する答は、無断コピー品を扱っている人たちが最もよく知っていることなのである。

メーカーが開発費を含む多額のお金をかけて製品化したものを、あらゆる努力を傾けてコピーやーたちは懸命に無断でコピーする。この努力の中には、メーカーのオリジナル品より安い値段で、しかもオリジナル品の需要が失なわれない程度の早い時期に、そして製造元などがなるべく人に知れないように、発売することも含まれている。安い値段については、オリジナルメーカーが開発、発売までに費した費用を省略して、ただ解析、複製するだけだから、基本的には安くなって当然であるが、後になって刑事罰（罰金、禁錮）や民事責任（損害賠償など）を受けることになれば、それで果して安かったかどうかが問題となる。いずれにせよ海賊版を、それが安いからと言って正当化できるのは、産業上の先進国では不可能なのである。

補足して説明すると、レコードの無断コピー品を多量に製作、安く販売することを想定してもらえば、すぐ理解できる。例えばレコードはテープデッキで簡単にコピーテープを作成できる。TVゲーム機のROMもROMライターで簡単にコピーROMを作成できる。基本的な仕組みとしては同じと考えてよい。これら無断コピー行為は海賊行為と同じで、盗品を売買するのと同じであると言うことができる。

4人常務制に

ナムコ、異動で若手取締役増員

㈱ナムコ（本社東京、中村雅哉社長）では八月二十六日付で、新たに六名の取締役を選任するとともに、常務を一名増し四人常務制となった。

これは同社の業務拡大に伴なうもので、とくに今回の役員増員による新役員のほとんどは、同社入社後それぞれの分野で頭角を露わしてきた若い人材であることから、同社で今回の役員増員を経営に新風を吹き込むものと説明している。また新取締役のうち石崎氏は常務となり、これで同社は四常務制となった。

増員による新役員は次のとおり。

常務取締役・社長室長＝石崎昭芳氏。取締役・営業部長＝遠藤勝利氏、同・製造部長＝渡辺宏二氏、同・開発一部長＝中村繁一氏、同・管理会計部長＝川上国雄氏、同・販売部長＝市瀬龍雄氏。

事務所移転

明昌特殊産業㈱・東京支店＝東京都港区芝大門一の四の四、ノア芝大門、☎四三四－一九九〇、渡辺勝利支店長。

㈱デーシーパック＝東京都板橋区小茂根一の二十五の十六、☎九七二－○三四五、渡辺悦幸社長。

㈱サミーインダストリアル＝東京都板橋区双葉町三十一の七、☎九六三－四三六〇、大井勉社長。

㈲総合自販＝神奈川県横須賀市本町一の十九、☎（○四六八）二七－○五九四、浅井克祐社長。

新会社設立

サンゴーインターナショナル＝東京都新宿区信濃町九の六、☎三三五－五四五八、岡田進社長。

第34回 東京・新宿東口（その2）

全国縦断ゲーム場ルポ

前回に引続き今回も新宿の歌舞伎町。前回ではコマ劇場から北側をとりあげたが、今回はコマ劇場から南側の中央通りと一番街の周辺区域にスポットを当てた。

この二つの通りは新宿でも最も人通りが多く終日ヤングたちを中心にごった返しており、ゲーム場の集中度も最高でまさに過密状態にある。

歌舞伎町だけで三十軒のゲーム場があるが、そのうち三分の一に当たる十軒が㈱シグマ運営によるもので、同社が展開している全ロケのうちの約三分の一がここに集中している。とくに今年四月下旬、地下一階から地上三階までを全部ゲーム場にした「ゲームファンタジア・シオン」をオープンさせており、同社の歌舞伎町にかける意気込みのほどがうかがわれる。同店は各フロアが約二十五坪あり、一階はメダルゲーム機中心でそれ以外はテーブル型TVゲーム機が中心となっている。設置機械台数は各フロアを合わせるとテーブル型TVゲーム機五十台、コックピット型TVゲーム機六台、アップライト型TVゲーム機十台、フリッパー五台、その他アーケード機数台、メダルゲーム機二十四台、計約百台。各階はそれぞれ異なった配色がなされている。特に地下の装飾は面白く、薄緑色の壁面に朱色の大きな格子が斜めに取付けられ、壁面にスポットを当てているため、明るい窓のそばでプレイしているような感じにさせる。

同店の市川営業主任は「細長いフロアなのでレイアウトに神経を使う。何を根拠にレイアウトをするかが問題だが、店内での客の自然な流れに応じて機械を配置することがポイント。当店では常に客の流れる筋を把握し、口頭によるアンケートも行ない、それによってレイアウトを考えている。ゲーム場はブームの波が来るたびにふるいにかけられていくと思うが、やはり正しい管理と長期見通しに立った運営を行なっていく店が残るだろう。それにはいろんな知識を身につけ確かな判断力を養うことが大切」と語る。

上の写真は「ゲームファンタジア・シオン」の地下フロアで壁面装飾に特徴。下は同店のネオンサインと市川裕久店長

「ゲームファンタジア・イズミ」の1階フロア（写真上）と「マジックランド・セントラルロード」（下）の各店内。右の写真は両店の店長を兼ねる西民治氏

ゲーム場のメッカ歌舞伎町

「ゲームファンタジア・イズミ」は一階がメダルゲーム機、二階がTVゲーム機を中心とした店で、メダルゲーム機二十一台、テーブル型TVゲーム機二十台、アップライト型TVゲーム機十台、コックピット型TVゲーム機四台、フリッパー六台、その他アーケード機二台、計六十数台を設置。一階では店員がマイクにより設置機械の紹介などを行ない、雰囲気を盛り上げている。

「マジックランド・セントラルロード」はテーブル型TVゲーム機二十数台を中心にしてコックピット型TVゲーム機五台、アップライト型TVゲーム機五台、その他アーケード機二台、計三十数台を設置。フロア面積は約三十坪で、天井からたくさんの装飾品が吊り下げられ、壁面には機械のカタログがびっしりと掲示されている。同店の布志原氏は「アベックが二人でプレイできるゲームを楽しみによく来る」と語る。同店と「イズミ」の両店の店長を兼ねる西氏は「オーナーとの関係で運営にある程度制限があるが、できるだけレイアウトや装飾面で工夫をこらしていきたい」と語る。

「ゲームファンタジア・リトルサーカス」は地下での運営だが、地下街「サブナード」からも出入りできるため、そうハンディはないようだ。約四十坪のフロアにメダルゲーム機四十台、テーブル型TVゲーム機二十四台、コックピット型TVゲーム機とアップライト型TVゲーム機各一台、計六十数台を設置。同店のメーン機種「ザ・ダービー・マークⅢ」は店員がマイクで実況中継のようにナレーションを行ない、人気を集めている。客層はサラリーマンが多いとのこと。

「ビンゴイン・サブナード」はビンゴ機三十八台を中心に、TVメダルゲーム機七台を設置。入口部分に透明キャビネットで内部構造を見せたビンゴ機を設置し、ディスプレイ効果をあげている。同店の機械メンテ担当の久保田氏は「ビンゴは古い機械だから故障しないよう常に点検しなければならないので、かなり気を使う」と語る。

「ゲームファンタジア・さくら通」は約六十坪のフロアにメダルゲーム機三十七台、テーブル型TVゲーム機三十二台、コックピット型TVゲーム機四台、その他アーケード機三台、計七十六台設置。天井には赤と青の細いネオンが数本、縦横に走っている。同店の芦川店長は「このさくら通りは中央通りや一番街に比べると人通りは半分以下で、とくに深夜は極端に減る。しかし接客マナーをよくし常に店内を清潔に保っているため、品のよい客が多い」と語るように、同店の清掃はよく行き届いておりイスの乱れもほとんどないことは評価できよう。

「スターダスト」は終日大変な活況を呈している店で、約五十坪のフロアにテーブル型TVゲーム機三十五台、コックピット型TVゲーム機七台、アップライト型TVゲーム機六台、その他アーケード機十台（うち八台を店頭に設置）、メダルゲーム機二十数台、計約八十台を設置。ブルーの天

次ページへ続く

サラリーマン客が多いという「ゲームファンタジア・リトルサーカス」の店内にて

清潔な店内の「ゲームファンタジア・さくら通」（右）と同店の芦川陸郎店長（下）

終日大変な活況を呈している「スターダスト」の店内のようす

店内上部の装飾に力を入れている「ワールドゲーム・ミリ」の店内

上の写真は「ゲームプラザ・シルビア」（中2階）のようす。左の写真は同店にこのほど設置されたパソコンゲーム機で、同店のPRにも役立っている

全国縦断ゲーム場ルポ

34 TOKYO 新宿・東口(その2)

左の写真は「プレイシティキャロット一番街」の1階フロアで、左側に同店独自のイベント「キャロットギャルコンテスト」の写真を掲示。上の写真は催しによる集客効果を狙う同店の遊間武雄店長

井に照明が並んだ白いラインが斜めに走り、大きなアメリカ国旗、TVアンテナ、船の模型などが飾られている。同店の笹谷主任は「歌舞伎町の各店は一軒違うと売上げが相当変わるという厳しい状態だが、当店はその意味で一等地と言える」と語る。同店はオーナー経営で機械は全部買い取り。この点について同氏は「リースによる営業は歌舞伎町ではいろいろな面で採算が合わない。また買い取りで運営ができないようなら、やめたほうがよいと思う」と強調する。

「ゲームプラザ・シルビア」はメダルゲーム機四十六台と対人ゲーム四台設置の地下フロアと、TVゲーム機七十数台とアーケード機六台設置の中二階フロアの二フロア(各約六十坪)あり、総機械台数は約百三十台。同店では特製ボックスにパソコンをセットし一回百円でゲーム(好きなものを選択)できるようにしたものを設置(カセット持込みも可能)。同店の宮田氏は「このパソコンゲームはひとつのテストケースであり、客も興味本位にプレイする人が多く、これを目的に来店する客はいないようだが、店のPRには役立っている」と語る。

「ワールドゲーム・ミリ」は約三十坪のフロアにTVゲーム機三十六台とフリッパー五台を設置。赤と黒が基調の配色で、壁面上部が鏡張り。アベック客が多いとのこと。

「プレイシティキャロット一番街」は一階と二階各二十五坪での運営。白を基調にステンレス板を走らせ、黄や赤でアクセントをつけた非常にあか抜けた装飾をこらしている。設置機械はTVゲーム機四十三台とアーケード機二台。同店では訪れた若い女性の顔写真を撮り店内に掲示。プレイヤーの投票による〝ギャルコンテスト〟を開催。同店の遊間店長は「ヤングが喜びそうなイベントを実施し、客の誘引効果を上げている」と語る。

「新宿カーニバルプラザ」はTV機三十数台、その他アーケード機十数台を設置し、各機種に相当詳しい説明を付けマニアに親しまれている。

「木川ゲームセンター」は約二十五坪にTV機三十数台とその他アーケード機九台設置。店内はいろいろなものを雑多に飾り賑やかなお祭りのような雰囲気だ。

このほか「ニュープリンス」、「ゲームセンター・セントラル」、「ジョイボックス・ラッキー」、「エコーゲームセンター」などが軒を並べており、それぞれ約三十坪前後のフロアにTV機約三十台を中心にその他アーケード機数台を設置したレイアウトを施している。

各オペレーターによると今夏の新宿は、猛暑のため若者は海やプールへ行き、また夏休みの帰省も重なり例年に比べると人通りが少ないそうだ。

あらゆるものを装飾に利用し賑やかさを強調している「木川ゲームセンター」の店内にて

細い鏡と直線が基本装飾の「ゲームセンター・セントラル」

季節に合った色の装飾品を飾りマニア客が多いという「新宿カーニバルプラザ」の店内

データ(順不同)

ゲームファンタジア・さくら通　新宿区歌舞伎町1-6-8、歌舞伎会館、☎208-0442、本社＝㈱シグマ(☎496-5230)
ゲームファンタジア・イズミ　歌舞伎町1-17-10、☎200-6577、本社＝同上。
マジックランド・セントラルロード　歌舞伎町1-17-11、☎200-5057、本社＝同上。
ゲームファンタジア・リトルサーカス　歌舞伎町1-17-2、戸谷ビル地下2階、☎208-7638、本社＝同上。
ピンゴイン・サブナード　所在地同上、戸谷ビル地下1階、☎208-7638、本社＝同上。
ゲームファンタジア・シオン　歌舞伎町1-18-3、☎200-5794、本社＝同上。
ゲームプラザ・シルビア　歌舞伎町1-15-5、☎200-5637、本社＝㈱東京マルサン(☎431-5611)
ワールドゲーム・ミリ　歌舞伎町1-17-10、☎200-9140、本社＝㈲東京キャピオート(☎404-3056)
スターダスト　歌舞伎町1-17-13、☎205-3172、本社＝大星商事㈱(☎208-9501)
新宿カーニバルプラザ　歌舞伎町1-18-5、☎209-0025、本社＝㈱エスコ貿易(☎455-6511)
ニュープリンス　歌舞伎町1-18-4、☎200-0181、直営＝白川。
木川ゲームセンター　歌舞伎町1-18-3、☎200-5398、直営＝木川雄司。
プレイシティキャロット一番街　歌舞伎町1-17-6、☎209-8832、本社＝㈱ナムコ(☎736-1211)
ゲームセンター・セントラル　歌舞伎町1-17-5、☎200-0035、本社＝㈱セントラル・レジャーシステム(☎324-9061)
ジョイボックス・ラッキー　歌舞伎町1-23-3、☎200-1232、本社＝㈱タイトー(☎264-8611)
エコーゲームセンター　歌舞伎町1-23-15、☎209-5493、直営＝柳商事。

レジャー白書に見る ゲーム場と遊園地

㈶余暇開発センターが四月二十九日発行した五十八年版「レジャー白書」によると、日本人の余暇活動の種類が多様化し、生活文化志向を強めていることがわかった。

同センターでは四十七年設立以来、余暇活動に関する幅広い調査研究をしており、そのうちからとくに要望の強い国民の余暇活動と余暇関連産業の現状をまとめ、毎年「レジャー白書」として紹介しているもの。五十八年版の白書は、これらの現状の紹介に加えて、「楽しめるまちづくり」をテーマとした地域開発計画にもふれている。

編集部では、主に「ゲームセンター・ゲームコーナー」、「遊園地」を中心に白書をまとめて紹介することにした。

昭和五十七年の日本人の余暇活動 四部門、八十五種目について調査

余暇開発センターでは、五十七年十二月、日本人の余暇の現状についての社会調査を行なった。

この調査は、人口五万人以上の都市に居住する十五歳以上の男女個人三千人を対象に、八十五種目の余暇活動について、五十七年一年間の活動実態を尋ねたものであり、回答者は二千六百三十五人、回収率は八七・八%であった。

この調査では八十五種目の余暇活動を、①スポーツ部門（二十七種目）、②趣味・創作部門（三十種目）、③娯楽部門（十八種目）、④観光部門（十種目）の四つの部門に分類している。なおゲームセンター、ゲームコーナーは娯楽部門に、遊園地は観光部門に入れられる。

参加人口の多い 観光・娯楽部門

まず八十五種目の余暇活動の参加人口を推計してみる。参加人口とは、一年間に一回以上行なった人数のことで、参加率（一年間に一回以上行なった人の割合）に五十七年十二月現在の十五歳以上の人口九千百六十一万人を掛け合わせて推計したもの。なお九千百六十一万人については総理府統計局「人口推計月報」昭和五十七年十二月一日概算値を用いている。

以上の推計によって得られた各余暇活動の参加人口について、参加人口の多い順に上位二十種目を示したのが表1である。

表1に示すとおり、最も参加人口の多い余暇活動は外食（日常的なものは除く）であり、参加人口は五千六百万人で、わが国の十五歳以上人口の約六割が、一年に一回以上、外食に出かけたことになる。

次いで多いのは国内旅行で、参加人口は約五千万人に達する。外食がどちらかといえば日常空間で行なう余暇活動であるのに対し、国内旅行は明らかに非日常空間での余暇活動である。それが五千万人に近い参加人口を持つということは、旅行というものが日本人の余暇活動のなかでいかに重要な位置を占めているかがわかる。

続いて参加人口が約四千万人台の活動としてドライブ（四千七百九十万人）、トランプ・オセロ・カルタ・花札など（四千六百六十万人）の二つがあげられる。いずれにしても上位には観光および娯楽部門の余暇活動が並んでいる。それ以外のものとしては、六位にスポーツ部門の体操（器具を使わないもの）が三千八百七十万人、九位に趣味・創作部門の園芸・庭いじりが三千四百九十万人で入っている。

遊園地の参加人口は第十一位の三千四百五十万人で、わが国の十五歳以上人口の約四割が、一年に一回以上、遊園地に行ったことになる。

またゲームセンター・ゲームコーナーについては、上位二十位には入っていないが、参加人口は二千二十万人で八十五種目の余暇活動の第二十五位になっている。なおこの調査は十五歳以上の男女を対象に行なわれたため、ゲームセンター・ゲームコーナーに遊びに来る小中学生は含まれておらず実質的な参加人口は二千二十万人よりかなり増加することが考えられる。以下の項についても同様である。

活動回数は少ない 観光・娯楽両部門

次に八十五種目の余暇活動で、年間平均活動回数についてまとめた。年間平均活動回数とは、ある余暇活動を行なった人の一人当り年間活動回数の平均であり、参加率（参加人口）の大小とは関係がないものである。年間平均活動回数の多い順に上位二十種目を示したのが表2である。

表2の上位二十種目をみると、活動回数の多い種目はすべて趣味・創作部門とスポーツ部門とに集中していることがわかる。趣味・創作部門では、音楽鑑賞、洋楽器演奏、邦楽・民謡などの音楽関係の趣味活動が上位を占めている。またスポーツ部門では体操、美容体操、トレーニング、ジョギング・マラソンといった競技を楽しむよりも健康に直結したスポーツ活動の活動回数が多くなっている。これらの活動はいずれも日常空間内で手軽にできること、しかもそれらを本当に楽しむためには継続的な活動が必要であることなどの特質を持つ。このように趣味・創作部門やスポーツ部門については、参加率は低くてもそれをやっている人は継続的にその活動を楽しむ愛好者が多いため、平均活動回数は多くなっている。

逆に娯楽部門および観光部門は参加率は概して高いが、活動回数の少ないものが多い。

ゲームセンター・ゲームコーナーについては、年間平均活動回数は十四・九回で八十五種目の余暇活動の第四十七位となっている。遊園地の年間平均活動回数は四・一回で八十五種目中七十五位となっている。

年間支出額の多い 観光（旅行）部門

各々の余暇活動は同時に消費活動でもある。そこで五十七年一年間に各余暇活動に参加した人に年間の支出額を尋ねた。

その結果、年間支出額の大きい種目と小さい種目の各十位までをとりだしたのが表3である。これをみると、最低はトランプ・オセロ・カルタ・花札などの年間千五百円から、最高は海外旅行の年間約四十万円まで同じ余暇活動といっても大きな開きがある。

上位十位をみると、海外旅行をトップとして、国内観光旅行、帰省旅行など旅行関係の活動およびリゾート空間型のスポーツ活動が多くを占めている。娯楽部門としてクラブ・キャバレー（約十万円）、オートレース（約八万円）が入っている。

年間支出額の少ない方では、トランプ・オセロ・花札など（千五百円）、将棋（千八百円）といった室内ゲームと、その他はすべてスポーツである。これらのスポーツ活動は、ほとんど用具を必要としないもの（体操、ジョギング・マラソン）、および用具を必要とするが共同の使用や公共施設の利用などによって費用をあまり要しないもので占められている。

ゲームセンター・ゲームコーナーについては年間平均費用が七千六百円で、八十五種目の上から六十三番目となっている。また遊園地については年間平均費用一万三千四百円で上から四十九番目となっている。

表1　参加人口上位20位の余暇活動

順位	余暇活動種目	万人
1	外食（日常的なものは除く）	5,600
2	国内観光旅行（避暑・避寒・温泉など）	4,980
3	ドライブ	4,790
4	トランプ、オセロ、カルタ、花札など	4,660
5	バー、スナック、パブ、飲み屋	3,880
6	体操（器具を使わないもの）	3,870
7	ピクニック、ハイキング、野外散歩	3,590
8	海水浴	3,540
9	動物園、植物園、水族館、博物館	3,520
10	園芸、庭いじり	3,490
11	遊園地	3,450
12	音楽鑑賞（レコード、テープ、FMなど）	3,210
13	映画（テレビは除く）	3,160
14	パチンコ	3,120
15	カラオケ	2,760
16	ボウリング	2,690
17	編物、織物、手芸	2,660
18	ジョギング、マラソン	2,610
19	テレビゲーム、電子ゲーム（家庭での）	2,480
20	催し物、博覧会	2,390

表2　年間平均活動回数上位20位の余暇活動

順位	余暇活動種目	回
1	音楽鑑賞（レコード、テープ、FMなど）	72.1
2	体操（器具を使わないもの）	60.4
3	洋楽器の演奏	54.0
4	美容体操	48.6
5	トレーニング（器具を使うもの）	47.4
6	邦楽、民謡	44.6
7	園芸、庭いじり	44.4
8	おどり（日舞など）	42.4
9	ジョギング、マラソン	39.7
10	仕事以外の学習、調べもの	39.4
11	書道	36.9
12	柔道、剣道、空手などの武道	34.6
13	洋裁、和裁	32.3
14	ゲートボール	32.2
15	お花	31.5
16	ジャズダンス、エアロビクスダンス	30.7
17	編物、織物、手芸	29.1
18	お茶	28.2
19	サイクリング、スポーツサイクル	27.1
20	テニス	24.1

表3　年間平均費用の上位10位の余暇活動

順位	余暇活動種目	万円
1	海外旅行	40.47
2	ハングライダー・スカイダイビングなど	20.67
3	ゴルフ	17.26
4	サーフィン・ヨット・スキンダイビングなど	11.76
5	スキー	11.18
6	国内観光旅行（避暑・避寒・温泉など）	11.10
7	クラブ・キャバレー	10.40
8	8ミリ映画・VTR制作	9.19
9	帰省旅行	8.46
10	オートレース	8.33

下位10位の余暇活動

順位	余暇活動種目	万円
1	トランプ・オセロ・カルタ・花札など	0.15
2	バスケットボール	0.16
3	バレーボール	0.17
4	将棋	0.18
5	体操（器具を使わないもの）	0.20
6	ゲートボール	0.24
7	バドミントン	0.25
8	ソフトボール	0.29
9	卓球	0.33
10	ジョギング・マラソン	0.34

一回当りの安い 日常型余暇活動

こうした年間費用は、活動回数にかかわらずその余暇活動に支出した費用の総額をとらえたものである。そこでこの年間費用を各余暇活動の平均回数で割って、一回当りの平均費用を求めてみると、概して二、三の例外を除いてスポーツ部門の費用は安く、趣味・創作部門もこれに次いで安いものが多い。これが娯楽部門になると室内ゲームを除いてギャンブルや飲食などはそろって高くなり、観光部門も一回当りの費用は目立って高くなる。

一回当り費用の上位十位と下位十位の余暇活動を抜き出したのが表4である。一回当り支出額の最も高いのは海外旅行の二十八万九千円で、次いで国内観光旅行、帰省旅行と旅行関係の余暇活動が上位三位を占めている。その他ではスキー、ゴルフなどといったリゾート空間型のスポーツ活動が目立っている。またオートレース、クラブ・キャバレーなども入っている。

下位十位は年間費用のそれとほぼ同じく、体操や球技を中心とする日常空間型のスポーツと室内ゲームによって構成されている。これら日常型の余暇活動は、回数当りになおせばほとんど費用のかからない低費用型余暇活動である。

ゲームセンター・ゲームコーナーの一回当り費用は五百十円で八十五種目の上から六十一番目であり、遊園地については一回当り費用は三千二百七十円で上位から二十番目となっている。

希望率・成長性の 低下したゲーム場

八十五種目の余暇活動をスポーツ、趣味・創作、娯楽、観光の四つの部門に分け、参加人口、参加率、年間平均活動回数、年間平均費用、一回当り費用などの実態を示したのが次の表5である。

なおこの表のF欄の参加希望率とは、それぞれの余暇活動について、今後の参加希望を尋ねたものである。ここでは、これから新たにやってみたいもの、今後も続けたいもの、の両方を含んでいる。それぞれの余暇活動に対する現時点での人々の関心度を示したものであり、将来の各余暇活動の成長可能性を占うものとも見ることができる。しかし、現在参加人口の少ない余暇活動で、人々が関心の強い一部のものには、将来参加したいという希望が極めて多く寄せられたりするものであり、この指標が必らず各余暇活動の盛衰を予測するものというわけではない。

この結果を見ると、四〇%以上の希望率が示されている活動は、国内旅行（七三%）、ドライブ（四八%）、海外旅行（四七%）、外食（四六%）、ピクニック・ハイキング・野外散歩（四三%）の五つである。いずれも現在の参加率が高い観光および娯楽部門の余暇活動である。

「ゲームセンター・ゲームコーナー」の参加希望率は六・三%で八十五種目中七十一番目となっている。また「遊園地」については二五・八%で十六番目となっている。

またG欄の成長性とは、現在の参加率に対する将来の希望参加率の比率を計算して、将来の成長可能性の指標を出したものである。F欄の参加希望率と同様にこれが将来の成長率をそのまま示すものではないが、将来の成長可能性についての一つの相対的な指標とみることができる。

八十五種目中成長性の数値がきわめて高いものとして、ハングライダー・スカイダイビングなど、乗馬、海外旅行、サーフィン・ヨット・スキンダイビングなど、ジャズダンス・エアロビクスが上位を占めた。しかしこれらの余暇活動は現在の参加人口が極めて少ない活動で、それに比べて関心を持っている人口が多いことからこのような倍率となった。実際にこのような倍率で参加人口が増えるわけではないが、少なくとも人々の現在の関心度を示していると言える。

現在の参加人口が相対的に少ない余暇活動を除いて、参加人口千万人以上の活動に限定して成長性が高いものを取りだすと、スキー（一八五）、ゴルフ（一七一）、テニス（一五六）、音楽会・コンサート（一三九）、国内観光旅行（一三四）となっている。参加人口がある程度の規模以上の余暇活動についても、成長性が高いのはスポーツおよび趣味・創作部門に多いのが特徴である。

「ゲームセンター・ゲームコーナー」の成長性は二九で八十五種目の余暇活動の最低の数値である。「遊園地」については六九で六十八番目となっている。

全体的に活発化しているレジャー 五十四年の余暇活動実態との比較

余暇開発センターでは同種の調査を五十四年に実施している。今回の調査と比べ種目に若干の変更はあるものの、調査内容、方法ともほぼ前回調査を踏襲しており、時系列的な比較が可能となっている。

三年間の余暇活動参加実態の推移からスポーツ、趣味・創作、娯楽、観光の四部門についてその主な特徴は次のとおり。

スポーツ部門では、参加率が横ばいないしやや低下した種目が多いものの、活動回数ではほとんどの種目において伸びており、スポーツをやる人はそれだけ時間をかけてやるという傾向が強まっている。今日ではスポーツが日常化し、生活の必需的部分として、生活の一部に定着化しつつある。

趣味・創作部門については、総じてスポーツ部門と同じく参加人口はあまり増えていないが、活動回数は増えており、やる人はそれだけ時間をかけてより熱心に取り組むようになってきた。

娯楽部門については、五十年代前半には全体として低迷していたが、後半になっていくらか活発になっている。五十七年で変動が目立つのは、「トランプ・オセロ・カルタ・花札など」と「バー・スナック・パブ・飲み屋」であるが、これは五十七年調査の際に若干の変更を行なったことによる。また五十七年から「カラオケ」、「テレビゲーム・電子ゲーム（家庭での）」などの項目が新たに調査に組み入れられた。このようにとくに娯楽部門については、この三年間で項目が細分化されたり、新たに項目を作らねばならなくなったりしている。これは人々の選別性がかなり強まっていることを示している。

観光部門については、参加率（参加人口）が伸びた活動が多い。ただし一人当りの活動回数および支出額は、横ばいないしやや減り気味となっている。このことは、スポーツや趣味・創作部門の活動と対照的である――などが特徴となっている。

参加人口の増えた ゲーム場・遊園地

まず最初に今回調査による参加人口上位二十種目と五十四年のそれを比べてみる。表6は五十四年の上位二十位までを表にしたもので、五十七年のそれと比べて見ると、ほとんど変っていない。しかしながら、外食、国内観光旅行、ドライブなど同じ順位でも参加人口はかなり増加していることが注目される。これはこの間の十五歳以上人口の増加（五十四年八千八

表4　1回あたり費用の上位10位の余暇活動

順位	余暇活動種目	円
1	海外旅行	289,000
2	国内観光旅行（避暑・避寒・温泉など）	37,000
3	帰省旅行	23,500
4	スキー	19,600
5	オートレース	10,700
6	ゴルフ	10,300
7	8ミリ映画・VTR制作	9,660
8	クラブ・キャバレー	9,290
9	ハングライダー・スカイダイビングなど	9,070
10	海水浴	8,480

下位10位の余暇活動

順位	余暇活動種目	円
1	体操（器具を使わないもの）	30
2	バスケットボール	70
3	ゲートボール	70
4	美容体操	80
5	バレーボール	80
6	ジョギング・マラソン	90
7	将棋	90
8	トランプ・オセロ・カルタ・花札など	110
9	トレーニング（器具を使うもの）	160
10	キャッチボール・野球	170

表5―(イ)　余暇活動への参加・消費の実態（昭和57年）― スポーツ部門 ―

スポーツ部門	A参加人口(万人)	B参加率(%)	C年間平均活動回数(回)	D年間平均費用(万円) 用具等	会費等	合計	E1回当り費用(円)	F参加希望率(%)	(注)G成長性
(1) ジョギング、マラソン	2,610	28.5	39.7	0.24	0.10	0.34	90	25.0	88
(2) 体操（器具を使わないもの）	3,870	42.2	60.4	0.09	0.11	0.20	30	29.1	69
(3) トレーニング（器具を使うもの）	1,110	12.1	47.4	0.28	0.47	0.75	160	10.9	90
(4) 美容体操	690	7.5	48.6	0.16	0.22	0.37	80	8.9	118
(5) ジャズダンス、エアロビクスダンス	380	4.2	30.7	0.59	1.96	2.55	830	11.7	279
(6) 卓球	1,730	18.9	16.3	0.16	0.18	0.33	200	12.9	68
(7) バドミントン	1,830	20.0	15.0	0.13	0.13	0.25	170	11.0	55
(8) キャッチボール、野球	2,340	25.5	22.4	0.24	0.14	0.38	170	14.5	57
(9) ソフトボール	1,680	18.3	12.6	0.15	0.14	0.29	230	10.5	57
(10) サイクリング、スポーツサイクル	1,300	14.2	27.0	0.51	0.28	0.79	290	13.0	92
(11) アイススケート	790	8.6	3.5	0.19	0.44	0.63	1,800	11.5	134
(12) ボウリング	2,690	29.4	6.4	0.23	0.69	0.92	1,440	19.1	65
(13) サッカー	390	4.2	20.2	0.53	0.45	0.98	490	2.9	69
(14) ラグビー	90	1.0	20.2	0.28	0.23	0.51	250	1.7	170
(15) バレーボール	1,320	14.4	20.5	0.10	0.07	0.17	80	8.3	58
(16) バスケットボール	700	7.6	22.6	0.12	0.04	0.16	70	4.0	53
(17) 水泳（プールでの）	2,130	23.2	10.4	0.43	0.73	1.15	1,110	21.6	93
(18) 柔道、剣道、空手などの武道	360	3.9	34.6	1.08	0.58	1.66	480	5.8	149
(19) ゲートボール	220	2.4	32.2	0.16	0.08	0.24	70	3.6	150
(20) ゴルフ	1,130	12.3	16.8	5.35	11.91	17.26	10,270	21.0	171
(21) テニス	1,390	15.2	24.1	1.05	0.99	2.04	850	23.7	156
(22) 乗馬	50	0.5	22.0	4.92	2.69	7.61	3,460	5.8	1,160
(23) スキー	1,040	11.3	5.7	4.87	6.31	11.18	19,600	20.9	185
(24) キャンプ、登山	1,050	11.5	5.7	1.80	7.87	4.67	8,190	14.9	130
(25) 釣り	1,670	18.2	11.1	2.02	2.22	4.24	3,820	17.6	97
(26) サーフィン、ヨット、スキンダイビングなど	210	2.3	18.6	6.24	5.53	11.76	6,320	7.4	322
(27) ハングライダー、スカイダイビングなど	30	0.3	22.8	20.08	0.58	20.67	9,070	4.6	1,533

表5―(ロ)　― 趣味・創作部門 ―

趣味・創作部門	A参加人口(万人)	B参加率(%)	C年間平均活動回数(回)	D年間平均費用(万円) 用具等	会費等	合計	E1回当り費用(円)	F参加希望率(%)	G成長性
(1) 文芸の制作（小説、詩、和歌、俳句など）	800	8.7	20.6	0.61	0.34	0.95	460	10.1	116
(2) 写真の制作	1,180	12.9	11.5	3.01	0.67	3.68	3,200	12.5	97
(3) 8ミリ映画、VTR制作	380	4.1	9.5	7.88	1.30	9.18	9,660	9.6	234
(4) コーラス	460	5.0	18.3	0.23	0.16	0.39	210	4.8	96
(5) 洋楽器の演奏	820	9.0	54.0	2.69	1.20	3.89	720	10.9	121
(6) 邦楽、民謡	580	6.3	44.6	2.15	2.53	4.68	1,050	7.2	114
(7) 絵を描く、彫刻する	830	9.1	21.8	1.86	0.66	2.52	1,160	15.9	175
(8) 陶芸	180	2.0	8.6	0.73	0.44	1.17	1,360	7.9	385
(9) 趣味工芸（組みひも、ペーパークラフト、革細工など）	580	6.3	15.6	1.56	0.50	2.06	1,320	9.1	144
(10) 機械組み立て、機械いじり	550	6.0	20.8	2.90	0.50	3.40	1,630	6.7	112
(11) 模型つくり	620	6.8	9.0	0.93	0.13	1.06	1,180	7.4	109
(12) 日曜大工	1,570	17.1	12.2	1.87	0.14	2.01	1,650	14.4	84
(13) 園芸、庭いじり	3,490	38.1	44.4	1.45	0.09	1.54	350	32.1	84
(14) 編物、織物、手芸	2,660	29.0	29.1	1.10	0.18	1.28	440	26.1	90
(15) 洋裁、和裁	2,010	21.9	32.3	1.68	0.36	2.04	630	20.6	94
(16) 料理（日常的なものは除く）	1,370	15.0	20.4	1.72	0.54	2.26	1,110	19.8	132
(17) スポーツ観戦（テレビは除く）	1,830	20.0	6.6		0.81	0.81	1,230	23.5	118
(18) 映画（テレビは除く）	3,160	34.5	5.5		0.75	0.75	1,360	33.9	98
(19) 観劇（テレビは除く）	1,300	14.2	4.0		1.03	1.03	2,580	18.2	128
(20) 演芸鑑賞（テレビは除く）	620	6.8	4.0		0.72	0.72	1,800	9.3	137
(21) 音楽会、コンサートなど	1,820	19.9	6.0		0.84	0.84	1,680	27.6	139
(22) 音楽鑑賞（レコード、テープ、FMなど）	3,210	35.0	72.1	2.25		2.25	310	29.4	84
(23) 美術鑑賞（テレビは除く）	1,250	13.7	7.0	0.46	0.43	0.89	1,270	15.1	110
(24) 書道	650	7.1	36.9	1.52	1.52	3.04	820	15.4	217
(25) お茶	500	5.5	28.2	2.36	2.09	4.45	1,580	10.2	185
(26) お花	740	8.1	31.5	1.85	1.92	3.77	1,200	11.3	140
(27) おどり（日舞など）	200	2.2	42.4	4.31	3.71	8.02	1,890	3.4	155
(28) 洋舞、社交ダンス	330	3.6	21.7	0.76	1.86	2.62	1,210	6.8	189
(29) 仕事以外の学習、調べもの	1,180	12.9	39.4	2.01	1.02	3.03	770	12.0	93
(30) 採集、コレクション	470	5.1	17.9	3.10	0.82	3.92	2,190	7.3	143

表5―(ハ)　― 娯楽部門 ―

娯楽部門	A参加人口(万人)	B参加率(%)	C年間平均活動回数(回)	D年間平均費用(万円) 用具等	会費等	合計	E1回当り費用(円)	F参加希望率(%)	G成長性
(1) 囲碁	1,130	12.3	22.5	0.29	0.22	0.51	230	15.1	123
(2) 将棋	2,260	24.7	19.4	0.15	0.04	0.18	90	18.0	73
(3) トランプ、オセロ、カルタ、花札など	4,660	50.9	13.5	0.06	0.09	0.15	110	23.5	46
(4) テレビゲーム、電子ゲーム（家庭での）	2,480	27.1	20.4	0.59		0.59	290	10.6	39
(5) ゲームセンター、ゲームコーナー	2,020	22.0	14.9		0.76	0.76	510	6.3	29
(6) 麻雀	2,140	23.3	20.8	0.34	2.78	3.13	1,500	19.5	84
(7) ビリヤード	450	4.9	6.8		0.69	0.69	1,010	6.2	127
(8) パチンコ	3,120	34.0	20.5		3.25	3.25	1,590	18.1	53
(9) 競馬	810	8.8	13.6		5.73	5.73	4,210	5.7	65
(10) 競輪	190	2.1	11.1		5.81	5.81	5,230	2.1	100
(11) 競艇	220	2.4	11.8		7.52	7.52	6,370	1.9	79
(12) オートレース	70	0.8	7.8		8.33	8.33	10,700	1.7	213
(13) 外食（日常的なものを除く）	5,600	61.1	18.8		5.51	5.51	2,930	46.3	76
(14) カラオケ	2,760	30.1	14.8		3.46	3.46	2,340	21.3	71
(15) バー、スナック、パブ、飲み屋	3,880	42.4	18.0		8.26	8.26	4,590	25.9	61
(16) クラブ、キャバレー	970	10.6	11.2		10.40	10.40	9,290	6.7	63
(17) ディスコ	690	7.5	8.1		2.20	2.20	2,720	8.0	107
(18) サウナプロ	810	8.8	10.4		2.55	2.55	2,450	9.4	107

表5―(ニ)　― 観光部門 ―

観光部門	A参加人口(万人)	B参加率(%)	C年間平均活動回数(回)	D年間平均費用(万円) 用具等	会費等	合計	E1回当り費用(円)	F参加希望率(%)	G成長性
(1) 遊園地	3,450	37.6	4.1			1.34	3,270	25.8	69
(2) ドライブ	4,790	52.3	10.6			3.34	3,150	48.2	92
(3) ピクニック、ハイキング、野外散歩	3,590	39.2	8.7			1.37	1,570	42.7	109
(4) フィールドアスレチック	960	10.5	2.7			0.71	2,630	14.3	136
(5) 海水浴	3,540	38.6	2.7			2.29	8,480	37.9	98
(6) 動物園、植物園、水族館、博物館	3,520	38.4	3.3			0.99	3,000	31.7	83
(7) 催し物、博覧会	2,390	26.1	4.0			1.36	3,400	27.1	104
(8) 帰省旅行	2,240	24.4	3.6			8.46	23,500	23.9	98
(9) 国内観光旅行（避暑、避寒、温泉など）	4,980	54.4	3.0			11.10	37,000	72.8	134
(10) 海外旅行	560	6.1	1.4			40.47	289,000	46.8	767

表6　54年の参加人口上位20位

順位	余暇活動種目	万人
1	外食（日常的なものは除く）	4,450
2	国内観光旅行	4,180
3	その他の日帰り行楽	4,070
4	ドライブ	3,710
5	体操・美容体操	3,410
6	海水浴	3,360
7	映画（テレビ除く）	2,930
8	バー、スナック、飲み屋	2,720
9	園芸、庭いじり	2,710
9	ピクニック、ハイキング	2,710
11	トランプなどの室内ゲーム	2,560
12	水泳（プールでの）	2,510
13	キャッチボール・野球	2,500
14	遊園地	2,490
15	パチンコ	2,450
16	ボーリング	2,430
17	編物、織物、手芸	2,330
18	帰省旅行	2,150
19	ジョギング・マラソン	2,080
19	バドミントン	2,080

表7—(イ)　余暇活動参加実態の推移

スポーツ部門

	参加率(%)		参加人口（万人）		年間平均活動回数(回)		年間平均費用(万円)	
	54年	57年	54年	57年	54年	57年	54年	57年
(1) ジョギング，マラソン	23.4	28.5	2,080	2,610	36.4	39.7	0.24	0.34
(2) 体操（器具を使わないもの）	38.5	42.2		3,870	52.6	60.4	0.64	0.20
(3) トレーニング（器具を使うもの）	21.7	12.1		1,110	53.7	47.4	0.47	0.75
(4) 美容体操		7.5		690		48.6		0.37
(5) ジャズダンス，エアロビクスダンス		4.2		380		30.7		2.55
(6) 卓球	22.9	18.9	2,030	1,730	14.6	16.3	0.30	0.33
(7) バドミントン	23.4	20.0	2,080	1,830	15.4	15.0	0.41	0.25
(8) キャッチボール，野球	28.2	25.5	2,500	2,340	21.4	22.4	0.65	0.38
(9) ソフトボール	21.4	18.3	1,890	1,680	14.3	12.6	0.45	0.29
(10) サイクリング，スポーツサイクル	14.9	14.2	1,320	1,300	15.0	27.0	0.91	0.79
(11) アイススケート	11.4	8.6	1,010	790	4.7	3.5	0.82	0.63
(12) ボウリング	27.4	29.4	2,430	2,690	7.5	6.4	1.05	0.92
(13) サッカー	4.9	4.2	440	390	18.9	20.2	0.19	0.98
(14) ラグビー	1.5	1.0	140	90	15.6	20.2	0.31	0.51
(15) バレーボール	17.9	14.4	1,590	1,320	18.5	20.5	0.26	0.17
(16) バスケットボール	9.3	7.6	820	700	18.5	22.6	0.17	0.16
(17) 水泳（プールでの）	28.4	23.2	2,510	2,130	8.6	10.4	1.11	1.15
(18) 柔道，剣道，空手などの武道	5.5	3.9	480	360	40.2	34.6	1.88	1.66
(19) ゲートボール		2.4		220		32.2		0.24
(20) ゴルフ	12.7	12.3	1,120	1,130	12.2	16.8	15.44	17.26
(21) テニス	13.6	15.2	1,200	1,390	25.2	24.1	2.14	2.04
(22) 乗馬	1.0	0.5	90	50	4.8	22.0	8.54	7.61
(23) スキー	9.8	11.3	870	1,040	6.8	5.7	10.05	11.18
(24) キャンプ，登山	14.5	11.5	1,280	1,050	4.1	5.7	3.05	4.67
(25) 釣り	21.3	18.2	1,890	1,670	8.8	11.1	3.11	4.24
(26) サーフィン，ヨット，スキンダイビングなど	1.7	2.3	150	210	8.1	18.6	4.55	11.76
(27) ハンググライダー，スカイダイビングなど	0.2	0.3	20	30	2.0	22.8	3.75	20.67

表7—(ロ)　余暇活動参加実態の推移

趣味・創作部門

	参加率(%)		参加人口（万人）		年間平均活動回数(回)		年間平均費用(万円)	
	54年	57年	54年	57年	54年	57年	54年	57年
(1) 文芸の制作	10.1	8.7	900	800	18.0	20.6	0.82	0.95
(2) 写真の制作	11.0	12.9	980	1,180	12.2	11.5	4.31	3.68
(3) 8ミリ映画，VTR制作	4.0	4.1	360	380	9.1	9.5	6.12	9.18
(4) コーラス		5.0		460		18.3		0.39
(5) 洋楽器の演奏		9.0		820		54.0		3.89
(6) 邦楽，民謡		6.3		580		44.6		4.68
(7) 絵を描く，彫刻する	10.8	9.1	960	830	20.3	21.8	2.58	2.52
(8) 陶芸	1.8	2.0	160	180	5.0	8.6	1.16	1.17
(9) 趣味工芸（組みひも，ペーパークラフト，革細工など）	3.6	6.3	320	580	22.3	15.6	4.41	2.06
(10) 機械組み立て，機械いじり	6.9	6.0	610	550	25.9	20.8	2.03	3.40
(11) 模型づくり	6.4	6.8	560	620	9.4	9.0	1.83	1.06
(12) 日曜大工	15.1	17.1	1,340	1,570	10.9	12.2	2.86	2.01
(13) 園芸，庭いじり	30.6	38.1	2,710	3,490	37.3	44.4	2.03	1.54
(14) 編物，織物，手芸	26.3	29.1	2,330	2,660	24.3	29.1	1.74	1.28
(15) 洋裁，和裁	21.4	21.9	1,890	2,010	27.7	32.3	2.39	2.04
(16) 料理（日常的なものを除く）	12.8	15.0	1,140	1,370	21.6	20.4	2.41	2.26
(17) スポーツ観戦（テレビは除く）	21.7	20.0	1,920	1,830	5.8	6.6	1.45	0.81
(18) 映画（テレビは除く）	33.1	34.5	2,930	3,160	7.0	5.5	1.31	0.75
(19) 観劇（テレビは除く）	16.4	14.2	1,450	1,300	4.1	4.0	1.76	1.03
(20) 演芸観賞（テレビは除く）	7.9	6.8	700	620	4.2	4.0	1.91	0.72
(21) 音楽会，コンサートなど		19.9		1,820		5.0		0.84
(22) 音楽観賞（レコード，テープ，FMなど）		35.0		3,210		72.1		2.25
(23) 美術観賞（テレビは除く）	20.2	13.7	1,420	1,250	5.0	7.0	0.93	0.89
(24) 書道	9.2	7.1	810	650	27.6	36.9	1.98	3.04
(25) お茶	6.5	5.5	580	500	26.0	28.2	5.13	4.45
(26) お花	10.4	8.1	920	740	31.3	31.5	3.07	3.77
(27) おどり（日舞など）		2.2		200		42.4		8.02
(28) 洋舞，社交ダンス		3.6		330		21.7		2.62
(29) 仕事以外の学習，調べもの	12.0	12.9	1,060	1,180	31.5	39.4	2.37	3.03
(30) 採集，コレクション	7.1	5.1	630	470	21.6	17.9	4.08	3.92

表7—(ハ)　余暇活動参加実態の推移

娯楽部門

	参加率(%)		参加人口（万人）		年間平均活動回数(回)		年間平均費用(万円)	
	54年	57年	54年	57年	54年	57年	54年	57年
(1) 囲碁	7.6	12.3	670	1,130	28.8	22.5	0.44	0.51
(2) 将棋	12.6	24.7	1,120	2,260	24.3	19.4	0.38	0.18
(3) トランプ，オセロ，カルタ，花札など	28.8	50.9	2,560	4,660	15.6	13.5	0.41	0.15
(4) テレビゲーム，電子ゲーム（家庭での）		27.1		2,480		20.4		0.59
(5) ゲームセンター，ゲームコーナー	16.2	22.0	1,430	2,020	13.4	14.9	1.20	0.76
(6) 麻雀	18.3	23.3	1,620	2,140	23.4	20.8	2.93	3.13
(7) ビリヤード	4.8	4.9	430	450	4.6	6.8	0.47	0.69
(8) パチンコ	27.6	34.0	2,450	3,120	18.9	20.5	2.00	3.25
(9) 競馬	9.4	8.8	830	810	16.1	13.6	6.18	5.73
(10) 競輪	3.0	2.1	260	190	11.5	11.1	6.74	5.81
(11) 競艇	2.3	2.4	200	220	12.4	11.8	6.16	7.52
(12) オートレース	0.9	0.8	80	70	6.4	7.8	9.46	8.33
(13) 外食（日常的なものを除く）	50.2	61.1	4,450	5,600	13.2	18.8	4.90	5.51
(14) カラオケ		30.1		2,760		14.8		3.46
(15) バー，スナック，パブ，飲み屋	30.7	42.4	2,720	3,880	18.4	18.0	10.07	8.26
(16) クラブ，キャバレー	14.1	10.6	1,250	970	9.5	11.2	9.47	10.40
(17) ディスコ	7.0	7.5	620	690	6.3	8.1	2.40	2.20
(18) サウナブロ	9.3	8.8	820	810	7.3	10.4	2.90	2.55

表7—(ニ)　余暇活動参加実態の推移

観光部門

	参加率(%)		参加人口（万人）		年間平均活動回数(回)		年間平均費用(万円)	
	54年	57年	54年	57年	54年	57年	54年	57年
(1) 遊園地	28.1	37.6	2,490	3,450	5.6	4.1	1.30	1.34
(2) ドライブ	41.9	52.3	3,710	4,790	9.4	10.6	5.16	3.34
(3) ピクニック，ハイキング，野外散歩	30.6	39.2	2,710	3,590	4.1	8.7	1.79	1.37
(4) フィールドアスレチック	6.4	10.5	570	960	3.3	2.7	0.67	0.71
(5) 海水浴	37.9	38.6	3,360	3,540	3.2	2.7	2.73	2.29
(6) 動物園，植物園，水族館，博物館		38.4		3,520		3.3		0.99
(7) 催し物，博覧会		26.1		2,390		4.0		1.36
(8) 帰省旅行	24.2	24.4	2,150	2,240	3.7	3.6	8.61	8.46
(9) 国内観光旅行（避暑，避寒，温泉など）	47.1	54.4	4,180	4,980	3.0	3.0	11.41	11.10
(10) 海外旅行	6.6	6.1	590	560	1.8	1.4	53.31	40.47

百六十一万人、五十七年九千百六十一万人）もあるが、それ以上に参加率そのものが上昇しており、大衆的なレジャーへの参加はこの三年間で活発化したと言ってよい。

遊園地については五十四年の参加人口は二千四百九十万人で第十四位、五十七年には三千四百五十万人で第十一位となっており、参加人口、順位とも順調に伸びている。

またゲームセンター・ゲームコーナーについては、上位二十位にはともに入っていないが、五十四年の参加人口は千四百三十万人で第二十位、五十七年は二千二十万人で第二十五位となっており、参加人口は増えているが、順位が下がっている。これは五十四年の調査種目の数に比べ、五十七年の調査種目が、余暇活動の多様化により細分化され多くなったことにも関係があると思われる。

選別性が強まった娯楽型のレジャー

また五十四年と五十七年の余暇活動の推移をスポーツ、趣味・創作、娯楽、観光の部門ごとに表したのが表7である。

とくに娯楽・観光部門について見ると、両部門とも全体的に順調に伸びているが、競馬、競輪などのギャンブルについてはマイナス、もしくは横ばいとなっている。

ゲームセンター、ゲームコーナーについては、この三年間で参加率が十六・二％から二十二％へ、参加人口も千四百三十万人から二千二十万人へと順調に伸びており、とくに参加人口では約六百万人の増加となっている。また年間平均活動回数も十三・四回から十四・九回へと増えている。しかし年間平均費用については五十四年の一万二千円が五十七年には七千六百円とかなり減っている。これを一回当りの費用でみると九百円から五百十円にマイナスになっている。お客の数は増えたが客単位は減って、他の娯楽と比べ効率が悪くなっている。これは人々の選別性がかなり強まって、ゲーム場へも足を運ぶが、別の活動にも参加するという人が増えてきたためと考えられる。

遊園地については、この三年間で参加率が二十八・一％から三十七・六％へ、参加人口も二千四百九十万人から三千四百五十万人へと増加している。しかし年間平均活動回数は五・六回から四・一回へマイナスとなっている。年間平均費用については一万三千円と一万三千四百円でほぼ横ばいとなっている。また一回当り費用については五十四年の二千三百二十円から三千二百七十円と千円近くも多くなっている。

ゲームセンター・ゲームコーナー、遊園地についてはこの三年間で順調に伸びていることがわかる。

余暇活動の多様化　生活文化との融合

なお五十七年の余暇活動の実態と五十四年のそれとの比較より、「レジャー白書」では日本人の余暇の動向を次のようにまとめている。

日本人の余暇の過し方においては、観光や娯楽といった従来重点が置かれていた活動に加えて、スポーツや趣味・創作活動が日常的に行なわれるようになってきている。それだけ、余暇活動が多様化してきたといえる。

さらに、スポーツや趣味・創作活動はますます生活文化志向を強めている。つまりスポーツは、人々の生活に組み込まれ、生活の一部に定着しつつある。趣味・創作活動では、「くらしの手づくり」がさかんに行なわれるようになってきている。これは生活文化の質的向上に直結するものであり、余暇活動と生活文化とが融合し合って発展する姿と見られている。

2桁台の成長を示しているゲーム　五十七年における余暇市場の動向

今までみたように五十四年と五十七年の余暇活動を比べると順調に伸びていることがわかる。次に余暇市場全体としての割合を、五十四年、五十七年の国民総生産、民間消費支出などを参考に比較してみる。

まず五十七年の国民総生産は、名目二百六十三兆九千八百二十六億円（対前年伸び率五・一％）であり、これは五十六年の対前年伸び率六・五％に対して鈍化しているところから、依然として景気は低迷している。しかしながら、民間の消費支出をみると、五十七年は名目百五十五兆四千百三十三億円（対前年伸び率七・三％）と五十六年の五・四％の伸びを上回り、民間消費の上昇が読みとれる。

また一般家庭での消費について総理府が行なった「家計調査」では、全国世帯の平均消費支出は前年比実質二・三％増と三年ぶりに増加しており、個人消費の伸びが経済成長を支えたといっても過言ではない。個人消費の伸びの要因として、経済企画庁では「物価の安定を背景に耐久消費財の売れ行きが好調だったことに加え、交通・通信費などサービス支出が伸びた」ことをあげている。

昭和五十七年の余暇市場規模は三十八兆三千百三十八億円と推計され、五十六年の市場規模三十五兆八千五百億円に対して六・九％の伸びを示した。五十六年における対前年伸び率は一一・七％であったので、それと比較すると五十七年の余暇市場の成長率はかなり鈍化しており、五十六年、五十七年と二桁台の急成長を遂げた余暇市場が、一段落していることになる。

今回推計の五十七年余暇市場について見ると、五十七年の市場規模は、国民総支出（名目）の一四・五％にあたり、さらに民間消費支出の二四・六％を占めている。

また五十七年における余暇市場動向の特徴としては、①余暇市場全体では六・九％の伸びを示したが、民間消費支出総額の伸び七・三％には及ばなかった、②部門別で二桁台の成長を示したのは鑑賞（一〇・一％）、ゲーム（一八・六％）の二部門のみであった、③一桁成長の中でも比較的高い伸びを維持しているものとしてけいこごと（八・九％）、移動（八・九％）、スポーツ（八・六％）がある、④マイナス成長をさらに強めたのはギャンブル部門で、五十六年に引き続きマイナス五・四％成長となった——などである。

余暇をテーマとしたまちづくり「コミュニティ・レジャー計画」

今回の「レジャー白書」の特徴としては、過去一年間の日本人の余暇の動向をまとめ、今後の「まちづくり」の方向性を示唆していることである。

日本人の余暇の動向について、一言で言うと、観光や娯楽といった従来主流であった余暇活動に加えて、「スポーツや趣味・創作活動」が日常生活の中で活発に行なわれるようになり、生活の一部として定着してきたと言える。

また余暇活動はますます多様化しており、これは余暇活動がミエや人並み意識から行なわれる段階から、自分自身が楽しい生活をつくりだすためのものになってきたことの現われである。余暇活動は〃楽しみ〃を軸に行なわれるものであり、何が楽しいかは人ひとりひとり異なっているから、必然的に活動が多様化しているのである。

こうした多様性をふまえ、日常的余暇活動の振興を図るための計画（コミュニティ・レジャー計画）をつくり出していくことが必要となっている。

五十六年、同センターでは「地方行政と余暇に関する調査」を行なった。そのなかで全国の市区町村の長に「まちの目標」を聞いた結果を示したのが図1である。それによると、「生活基盤を充実する」「産業振興をはかる」という回答はわずか二、三割しかなかった。これまで地域の産業を振興して経済基盤を確立し、道路・住宅などの生活基盤を充実するのが自治体行政の課題だと考えられていたのが、いまや大きく変わったことになる。

もっとも多い回答は、「文化のまちづくり」であった。「文化」は、〃文化施設が充実している〃という意味から、〃地域固有の歴史や文化を育てる〃という意味まで広い幅をもっているが、いずれにしても、生活基盤整備・産業振興とちがって、個性を重視するまちづくりが重要になっていること、住民の余暇生活の充実がめざされていることが理解される。

実際、同じ調査で「余暇行政の重要性」について聞いたところ、実に九割を越える自治体の長が〃今後、余暇活動の重要性は高まると思う〃と答えている。五十一年に同種の調査を行なった時は、四市に一市が「余暇活動に行政が関与することは適当でない」、あるいは「余暇対策を講じる余裕がない」と答えていたのに比べると大きく変わってきている。

このように地域（日常生活の場）における余暇の充実、そのためのまちづくりは、これからの課題としてますます重要性を増していくことになる。

また同書では、余暇をテーマとしたまちづくりの展開として東京都などのまちづくりの基本目標などの紹介や、さらにフランスなどにおけるコミュニティ・レジャー計画の展開も紹介している。

図1　まちの目標（5つまで）

項目	%
1. 人間性を育てる	47.6
2. 人間関係の充実	45.3
3. 住みよいまちづくり (1)抽象的なテーマ	50.2
3. 住みよいまちづくり (2)生活基盤の充実	19.2
4. 生活水準の向上 (1)生活全般の向上	46.8
4. 生活水準の向上 (2)産業振興	34.2
5. 文化のまちづくり	59.0
6. 自然・環境保護	36.3
7. 行政のあり方改善	7.9
8. その他	1.2
9. 不明	1.5

「地方行政と余暇に関する調査」
昭和56年（財）余暇開発センター
・調査対象：全国の区市町村の長
・回収数：1,431
・質問「貴自治体をどういうまちにしたいとお考えですか。市民憲章などがあればそれを，なければ自治体の長としての目標をお書き下さい（重要性の高い順に5つ以内）」
・回答形式：自由記入（図は結果をアフターコーディングしたもの）

参加希望率・成長性が今後の課題　地域に信頼されるゲーム場を運営

五十八年版「レジャー白書」を見るかぎり、AM業界としても、今後改善しなければならないことが数多くある。

参加人口や年間活動回数などについては順調に延びてはいるが、参加希望率および成長性については決して喜べる結果とはなっていない。その原因として、人々の楽しみが多様化し、それにつれて余暇活動が増えてきていることもあるが、それ以上にゲーム場に対して〃ゲーム場＝暴走族・非行少年のたまり場〃とする誤った認識が参加希望率や成長性が低い原因になっていると思われる。

このような誤った認識をなくすために、業界全体として、地域に密着し、人々から信頼される健全なゲーム場を作っていく必要がある。最近JOUが青少年育成国民会議と共催で、「遊戯機械管理者のための青少年指導員養成講座」を開催し、地元に信頼されるオペレーター、ゲーム場作りを目指している。またNAOや福岡県健全娯楽業協会などでも同種の企画が検討されている。

このような活動をアウトサイダーの業者も含めて、業界全体として盛り上げ、ゲーム場の良い面はますます伸ばし、悪い面は改善し、全ての人に〃ゲーム場＝健全で楽しい場所〃といった認識を持たすことができれば、自然とゲーム場に来る人も多くなるであろうし、業界全体としてますます発展するであろう。

（室谷徹男）

オペレーターのための **新・電気の広場**

ビデオ・ゲームのしくみと動き

連載第1回

ビデオゲーム機の基礎

「電気の広場」は続編のフリッパーに関するところで中断していましたが、今回から新たにTV（ビデオ）ゲーム機に関して総合的に展開していくことになりました。この原稿作成については、㈱タイトーのご協力を得ており、十分に理解できる内容となる予定です。《編集部》

はじめに

ビデオ・ゲームは、どんな仕組みになっているのか、ということをお考えになったことがおありでしょうか。

ごく簡単に言ってしまえば**「ビデオ・ゲームはマシン内部のPCボードで作った電気的な信号を、テレビジョンの画面上に映像として表示して、その表示された映像を、プレイヤーがコントロールして遊ぶものである」**と言うことができます。

従って、ビデオ・ゲームは、次の三つの構成要素に分けられます。

- **映像（および音声）のための電気的な信号を作り出すためのPCボードの組立品**
- **その電気的信号を映像として画面上に映し出すためのテレビジョン組立品**
- **映し出された映像をプレイヤーがコントロールするためのコントロール・ボード組立品**

これらの要素の他に、電源装置、コイン・ユニット、スピーカー・ユニット、配線、キャビネット等を加えれば、ビデオ・ゲームは出来上がります。

〝オペレーターのための新・電気の広場〟では、PCボードで作り出されたカラーの電気信号が、どのようにして、テレビジョンの画面上に映像として映し出されるのか、ということを中心に、なるべく分りやすく説明いたします。

(1) テレビジョン

「テレビジョン」という言葉は、「遠く」という意味のギリシャ語の「テレ」という語と、「見る」という意味のラテン語の「ビジョン」という語が合成されて出来た言葉ですが、「テレビジョン」とフルに言うのはNHKのアナウンサーぐらいのもので、いまでは、「テレビ」というのが、日本では普通になっています。

(2) 絵素（画素）

テレビの画面を拡大してみると、多数の明るい点と暗い点から構成されているのが分ります。いま、一つの画像を縦横の線で網の目のように細分していくと、この網の目が細かくなるにしたがって、その網の目の一つ一つは、均一な明るさと色をもっていると見なすことができます。逆に言えば、テレビの画像は、明るさと色の違った微小な点の集合であるということになります。この微小な面積をもつ点を絵素（または画素）（ピクセル）と呼んでいます。

図1

最近のテレビ放送では、このピクセルをわざと大きくして、一般に見せては都合の悪い箇所をぼやかす手法を使っているのに気が付かれた方もいるのではないかと思いますが、このピクセルは細かければ細かいほど画面は精細に見えます。

(3) ラジオとテレビの比較

ラジオの場合は、マイクロホンを使って音波を電流に変えて低周波電流を作り、これを電波にのせて送り出して、受信機が、この到来電波をキャッチして低周波電流を検波して、これをスピーカーに加えて音波に直して聞きます。

テレビの場合は、マイクロホンの代りに撮像管を使ったテレビ・カメラで写真と同じように物体や景色を写して、その像の明暗（光の強弱）を電流の強弱に変えて映像電流を作り、これを電波にのせて送り出します。そして、受像機では、これを検波して映像電流を取り出し、これを受像管（ブラウン管）に加えて、電流の強弱を光の強弱に変えて、もとの像を画面に再現させます。

(4) 伝送方法

このように、ラジオとテレビでは、その取扱う対象が音と光の違いはありますが、その伝達する方法はよく似ています。

しかし、ラジオは耳で聞き、テレビは目で見るという本質的な違いがありますので、実際には、テレビの方がいろいろと難かしい問題があります。

すなわち、ラジオの場合であれば、音というものは、言葉の順に次から次へと繰り出されてくるものですから、これを順次電流に変えて電波にのせて送り出し、聞く方でも、それが到着した順に

図2

(a)原画　絵素　各絵素の信号をひとまとめにして送る　(b)再生画 一様に薄暗い画面となる

図3　各絵素の明暗をひとまとめにすると絵が再生できない例

耳に入ってくるので問題はありません。

一方、テレビの場合には、画は微細な明暗の点が多数集まって一枚の画が構成されていますので、その全体をひとまとめにして電波にのせてしまうと、各部分の明暗がいっしょになってしまうので、受像画の方は、画の平均の明るさに相当する一様の薄暗い画になってしまって、もとどおりの画面にはなりません。

(5) 並列伝送と直列伝送

このように、各絵素の電気信号をひとまとめにして送ったのでは、もとの画像を再現できませんので、そこで考えられたのが並列伝送と直列伝送です。

並列伝送は、画面を微小点（絵素）に分けて、それぞれの点の明るさを電流の強弱に変えて、その絵素数に等しい電波を送り出し、受像側では、それぞれの位置にそのまま配列すれば、もとの画像を再現できます。この方式は、テレビの初期に考えられたもので、ちょうど刷画を押して画くのと同じように、短時間に一枚の画面を送ることは出来るのですが、送像する場合、絵素数に等しい電波が必要となり、実用にはなりませんでした。

一方、直列伝送は、送像側において、画面を微小区画（絵素）に分解して、その端から順々に明暗を電流の強弱にかえて、一つの電波で順次送り出して、受像側では到来した順番通りに光の強弱にかえて、もと通りに組み立てて、画面を再生します。ただし、この方式では、送像側の分解と受像側の組立ての速度が一致していないと、もとの画面は再生できません。この分解と組み立ての速度を一致させることを同期（シンクロナイズ）させるといいます。

ちなみに、写真電送にもこの直列方式が使われています。第5図に示すように、同じ速度で回転している円筒が送受両方にあって、送る方には、円筒の回転につれてその軸方向に一定の速度で移動する小さな光点があって、それが原画の上を左から右へ照らしながら移動するので、円筒に巻き付けられた原画は、上から下へとくまなく光点でなでられることになります。この光点の足跡を走査線といい、なでることを走査（スキャンニング）といいます。

絵素　一つの電波　(送像側)　(受像側)　直列伝送　絵素　無数の電波　(送像側)　(受像側)　並列電送

図4

光源　送信機　受信機　反射鏡　光電管　光源　光点　移動　同じ回転数で回る　原画　印画紙

図5　写真電送の原理

(6) 送像と受像の原理

現在のテレビでは、第6図のように、送像側では画面をサイの目に区切り、その一つ一つのサイの目（絵素）のもつ明るさや色を電気信号に変えて、定められた順序にしたがって順々に送り出します。そして、受像側では、この電気信号を受像管（ブラウン管）によって順々に光の明暗に変えて（この操作を電光変換という）、蛍光面上に元の画面どおりに並べて画像を再現します。

画面をサイの目に切る　(分解)　送像側　サイの目の明るさや色に応じた電気信号を順々に送る　サイの目の明るさを順序よく並べる　(組立)　受像側

図6　送像と受像の原理

(7) 画像の分解と組立

カラーテレビの受像管は、その蛍光面に多数の赤、緑、青の蛍光体が細かい点状または線状に規則正しく塗られています。これに赤、緑、青の発光を受けもつ三本の電子ビームが当たることにより、それぞれの蛍光体が別々に発光します。

したがって、送像側で画面を分解したその位置に対応する蛍光面に電子ビームを当てながら、画面全体についてこの操作を行うと、ブラウン管の蛍光面には、送像側と同じカラー画像が組み立てられることになります。

このようにして画像を再現するためには、受像側で組み立てを行う電子ビームの動きを、送像側の分解の歩調と合わせる必要があります。それには、受像管に偏向コイルを設けて、映像信号とともに送られてくる同期信号によって制御される電流で電子ビームを規則正しく振らせてやる必要があります。

カメラ（分解）　受像管（組立）　垂直走査　走査線　伝送線路　水平走査

図7　画像の分解と組立

(8) 毎秒の送像数

映画の場合、フィルムのひとこまひとこまは普通の写真と同じに静止している画像が写っているのですが、その画像は、次から次へと少しずつずれていて、それを続けて次々に映写すれば、人間の目には、それが連続的な運動として写り、少しも不自然な感じはありません。この場合、画面の変わる速さは、一秒間に二十四枚です。人間の目の残像時間は約十六分の一秒ですから、それ以上あれば、連続運動として感じられます。

テレビの場合は、ブラウン管の中の電子銃から出る電子ビームが、偏向コイルによって振られてブラウン管の蛍光面を走査し、その走査線によって画面が構成されています。この場合、画面の左上から走査が開始されて画面の右下まで走査し終って一枚の画面ができあがります。映画の場合は画面の変わる速さは、一秒間に二十四枚でしたが、テレビの場合、これより多く、一秒間に三十枚です。

この毎秒の送像数は多くなれば多くなる程、画面のちらつきは少なくなります。また、一画面の走査線の数を多くすると画面がそれだけ精密になります。しかし、この毎秒の送像数と、一画面の走査線の数を多くすることは、それだけ幅広い周波数を必要とするので、技術的に難かしくなり、おのずからある程度の限度があります。日本やアメリカでは、毎秒の送像数は三十枚で、走査線の数は五二五本です。

これで、第一回目は終わります。次回からは、次のようなテーマで、更に詳しくすすめていきたいと思います。

- 走査
- 映像信号
- 偏向
- ノコギリ波
- 受像管
- 周辺部品
- 各種回路
- 故障対策

図8

えんがわろん 放談

「遊び」を論ずるとき、その効用について、住居における「縁側」を例とした「縁側の効用」論というのがあります。

「縁側」は見方によっては無駄であり、あってもなくてもよいものと思われがちで、事実、昨今の住宅ではあまり重要視されていないようですが、この「縁側」を人の生活の場における「遊び」の存在に対応させ、位置付けて、「遊び」を考察しようとする訳です。

ご存知のように縁側は他の居住区が目的をもって存在しているのに比しその用途は多様で、使い方によっては他の居住区より存在価値があると云えます。つまり、時に社交場になり時に書斎になり、あるいはヒル寝ウタタ寝の場になり、思考の場であり月見で一杯であり、時々は運動場に化し物干場でもある、といった具合いです。

このように人は縁側で、はしゃいでみたり沈黙したり、庭木や外を眺めたりあるいは瞑想したり普段他の場所で出来ない事々を、ここで行なっているようです。意識的無意識的に気分転換を図ったり、ストレスを吐き出したり、息抜きをしたりしている訳です。人は縁側を通常の生活の場の埒外に置いてそこに、心の気持の「ゆとり」を求めに来るのだといったらオーバーにきこえますか。

人における「遊び」もこの縁側同様、息抜きであり気分転換であり心のゆとり回復の場として存在すると申せましょう。

業界の問題

この息抜きの場、ゆとり回復の場が必要なのは住居や人ばかりではありません。会社にもそして業界にも必要なことだと考えます。どちらを向いても仕事〱と朝から晩まで神経をスリへらしている現状からは少しのゆとりも見出せません。

業界にあっても当面する問題の山積は、イラ立しく腹立しい事です。曰く、コピー問題、Gマシーン問題、青少年対策をはじめ、メーカー横暴論としての商品の分配問題・流通径路また市場ロケにおける歩率問題、あるいは周辺にあるマイコンや玩具業界との関連とその解釈、更にはビデオゲームの将来展望は?、そして商品の形状形態はこれでいいのか、それに伴う店舗形式・市場規模や拡大の模索、もっと云えばアメリカ・ヨーロッパ・韓国・東南アジヤ・その他の諸国との連携、近くはAMショーの在り方について、等々。

以上ざあっとあげた問題のどのひとつを取り上げてみても、未消化であり未解決です。このあたりを思うとき、どうしてもイライラしてしまうのはわたしだけでしょうか。

心に縁側を

これら多面に亘る問題に対処するには、矢張り積極的な前向きの姿勢を以って、まず整理することが肝要です。解決を図るため、時をかけるにしても、計画と見解をもつことが大切と信じます。それには何よりも業界人ひとりひとりが、小異を捨て大同につく心構えが必要です。

「遊び」を商売としている我々が他のだれよりも「遊び心」を持って、内外に対応していきたいものだと願っています。もう少し云わせていただけば、「縁側の効用」を説いて、国や社会や家庭や人々に、各々の縁側を設けさせること、これがこの業界の役割であり使命だと考えます。

対談のお願い Eとも!

余談が長くなりましたが、以上の主旨から今般"遊び"放談と題しまして、遊び全般に亘る事々や業界の抱える問題点、あるいはゲームの未来像など遊びについての対談を企画いたしました。

つきましては、まことに僭越ではございますが、日頃あまりお話を伺えないオペレーターの皆様と、面白マジメにお話ししたく存じます。

(敬称略)アイレム・アポロ・イトー洋行・エイトレジャー・岡田商会・沖縄ベンダース・グレート興産・喜久屋・木川ゲーム・高知レジャー・後楽園ロコモティヴ・琥珀・コンソリーツーデット・西郷会館・サービスゲーム・シグマ・ジョイパック・神出産商・須貝興業・スターダスト・西部リース・ダイソー・タイガー娯楽・タイガーレジャー・大和・タイコー産業・ダイワ貿易・タツミ娯楽・ダイエーレジャーランド・タマエンタープライズ・中外アソシエイト・土田文化機器・東京キャビオート・東京マルサン・東京プラザ・東横娯楽・西日本ドリーム・ヒカリエンター・プレイランド・北陸レジャー開発・北陸レジャー機器・松田アミューズメント・マタハリ電気・水野商会・峯興業・友栄・レジャーランド青森・その他の皆様宜しくお願い申し上げます。

ヨーロッパAM通信

古典的ゲーム機のド・カーペル社

ヨーロッパ通信員　メアリー・オープンショー

景気はよくなることも悪くなることもありますが、フットボールやプールテーブル、ビリヤードなどの古典的なゲーム機を作っているメーカーは景気の影響を受けていません。

ヨーロッパにはそうした会社が数多くあります。たぶんそれらの会社は、電子回路式ゲーム機を作っている会社より有名でなく、また目立っていませんが、でもそれらの物静かな会社には、けっこう面白い話があるのです。

それらのひとつ、ド・カーペル社はベルギーの小さな静かな町、ペテレンにあり、興味深い話を持っています。

ド・カーペルのロジェルとジョゼの二人の兄弟は家具の製造からスタートしました。その後二人はフットボール・テーブルの生産に転換し、さらにビリヤード・テーブルを製造することになりました。これは非常に成功し、二人はこれらの古典的ゲーム機を専門的に手がけるようになりました。

共同経営で順調

二人の関係は不幸なことにうまくいかず、一九六二年には分裂し、同じゲーム機を専門に製造する別々の会社をそれぞれ作りました。ジョゼ・ド・カーペルは七二年に死亡しましたが、今も会社は別々です。

ジョゼ・ド・カーペルには息子がひとりいて、プロボクサーになりました。かれはとても良い成績を収め、ベルギーのライトヘビー級チャンピオンになりました。かれは他の有名な数多くのボクサーと対戦し、大きな大会でも勝ちました。しばらく米国で暮していましたが、その後七八年にかれは試合中負傷し、心底好きだったボクシング界から引退せねばなりませんでした。

かれはペテレンの町に戻り、家業に携わることにしました。しかしかれは、自分の家の二つの会社が競合し合っているのを好みませんでした。そこでかれは、二つの会社の和解に乗り出しました。叔父はこの動きに好意を示しました。叔父にはジェニーという娘がいて、新会社が設立され、二人のいとこが共同経営することになったのです。この共同経営はいま順調にいっています。

ド・カーペル社の本社は素敵な建物で、以前は二つの会社の一方が使っていたものです。仕場場は快適で、十分な広さです。快適なショールームと居心地のいいオフィスがあります。経営管理面はいとこ二人が分け合って行ない、とてもいい雰囲気です。

本社から離れた町のはずれに木工場があり、ジェニー・ド・カーペルの父が監督しています。ここでテーブルなどが作られ、半完成品が主工場に運ばれます。主工場には長年の経験を積んだ職人が約十五人もいて、フットボール、プール、ビリヤードの各テーブルに最終的な仕上げを行ないます。月産約二百台生産されます。これらはド・カーペル社による輸送機関で配送されます。

良い機械を長く

フレディー・ド・カーペルが語ってくれたところによりますと、使用される材料はすべて厳しい品質管理がなされているとのことです。「当社のゲームテーブルは大変頑丈であり、またそうでなくてはならないものなのです。買ってくれる人たちは長持ちすることを望んでいるからです」と同氏は語っています。価格は可能な限り低く抑えられています。

これらのゲーム機のデザインが変更になることはめったにありません。初めからよく開発されており、変更や改変や、新規装置のとりつけなどは不必要なのです。これら自動機械のゲーム機は、産業における本当の古典的ゲーム機であり、産業を支えているひとつです。というのは、フットボール・テーブルやプール、ビリヤードなどについてまず法律上の問題がないからです。これらは硬貨作動式であるにもかかわらず、ゲーム機というよりかむしろスポーツ機とみなされています。

ヨーロッパにはこうした古典的ゲーム機のメーカーが数多くあり、競争も厳しく行なわれています。ド・カーペル社よりはるかに大きなのや、小さなのがあります。しかし、それら全部のメーカーの生産量は毎年変化がありません。これらのメーカーの代表者はよく、このように言っています。

フレディー・ド・カーペルにとって、人生は興奮させるボクシングの世界にいた頃とは全然違ったものになっています。もちろん今もボクシングに興味がありますが、今では他にも興味を持つ対象があります。というのは、かれは動物好きで、かれのペットにはオランウータンやチンパンジーまでいるほどなのです。

もちろんかれには、たくさんの仕事があります。つまりド・カーペル社は大量の輸出を行なっており、フランクフルトの大きなショーであるIMAに毎年出展し、そこでたくさんの注文を受けるのです。製造されるゲーム機は古典的なものですが、それらは大変な熱意のたまものと言えるでしょう。

左の写真は、ペットを抱いているド・カーペルのいとこたち

by Mary Openshaw

44, Quai du Commerce (Box 00)
B-100 Bruxelles/Belgium

欧州のキディライド専門家、エリクソン

子ども用乗物機（キディライド）に関するヨーロッパで最高の専門家と考えられる人は、スウェーデン、ストックホルムのハンス・オブ・エリクソン氏です。子ども用乗物機とそのオペレーションについては、同氏の知らないことは意味のないほどです。

エリクソン氏は、子ども用乗物機だけの専門家となる前は、オペレートを含むゲーム機業界で多大の経験を積んでいました。事実、同氏はとくにスウェーデンでのゲーム機をめぐるあらゆる問題に精通しています。その上で同氏はずいぶん前に子ども用乗物機だけに専念することを決意したのです。現在同氏はABビッグ・ブロンコ社という優れた大会社を経営しており、上記の決意を悔む理由はなにもありません。

同氏の子ども用乗物機のみのオペレーションは約百台の木製木馬から開始されました。これらは同氏の放棄したオペレーションの一部だったものです。それらはドイツで購入された製品で、丈夫でよく出来ていました。今日でもそれらの半数以上が稼動しており、エリクソン氏は、いろいろ新型の子ども用乗物機が登場しているがこれらが依然として一番人気がある、と語っています。

ビッグ・ブロンコ社の子ども用乗物機のオペレーションは広範囲に行なわれています。スウェーデンはもちろん欧州のいくつかの国に支店を持っている大手デパートのヘネス&モーリッツと極めて重要な契約を結んでおり、これらの各支店に子ども用乗物機を設置運営する権利を持っているのです。それらは子ども用衣料品売場に設置されています。他のデパート・チェーンやスーパーのチェーン店とも契約を結んでいます。

ストックホルムとその近辺でのサービスは、ビッグ・ブロンコ社の本社が担当しています。その他については、各地の確実に信頼できそうな会社に委託して行なっています。これらの会社には、自動機械（オートマチック）産業と関係ないのもいくつかあります。

エリクソン氏は、必要な簡単なサービスを引受けたり、キャッシュボックスの硬貨を回収したりする会社を見付けるのは実に簡単なことだ、と主張しています。同氏は、ロンドンなどスウェーデン以外の諸都市でもヘネス&モーリッツの各支店に設置している子ども用乗物機について、同様の取り決めをしています。

完璧な安全性

エリクソン氏は、子ども用乗物機の新製品については、あらゆる角度から検討、考慮してからでないと、決して注文しようとはしません。同氏にとって完璧な安全性がこれらの機械の最も重要な要素です。同氏は開発者や製作者がまったく見過していた〝危険な点〟を見付けることができるのです。子どもにほんのわずかな危険性があれば、どんなに良くても、同氏は買いません。

同氏は、オペレートの経験のあるメーカーから買うのが好きですが、それは、そういうメーカーなら安全面についてよく知っていることがわかっているからです。英国のRJニューボロ社はこうして同氏に多くの子ども用乗物機を供給しています。この会社は小さいけれど多くの業績があり、ここでは手作業を費して製品が作られています。また米国にもつい最近支社を開設しました。

ビッグ・ブロンコ社がオペレートしている子ども用乗物機はどれも、毎年一回はストックホルムの本社に運ばれ、完全な分解検査と再塗装が行なわれます。人気のある古い木製の木馬の革製サドルも時どき新品と交換されます。この仕事は馬具職人の手で行なわれています。

子ども用乗物機のオペレーションについてのエリクソン氏の考えには、興味深いものがあります。室内に置く場合音響効果はないほうがいい、と同氏は主張します。ただしカバーつきのショッピングセンターではあったほうがいい、とのことです。

同氏は、子ども用乗物機がデパートの中で大きな強みになりうる、と感じています。このことは、うちに置いてほしいと店の支配人がよくエリクソン氏に言いに来るという事実によって証明されています。

収益性と信頼性

ビッグ・ブロンコ社は同族会社であり、エリクソン夫人は専門の経理人で事務所で働いており、長女もやはり同社に勤めています。息子はサービス部門の責任者です。二人の技術者が雇われていますが、他にスタッフはひとりもいません。エリクソン氏の一番下の娘はまだ在学中ですが、乗物機の新製品を評価するのを手伝ったりしています。

エリクソン氏は、機械の開発者は新しいアイデアを得るために子どもたちの意見を聞くべきだ、と感じています。乗物機に乗るのは子どもであり、かれらはしばしば大人たちと違った見方をするからです。

ビッグ・ブロンコ社がオペレートする機械の中には、漫画映画の入った硬貨作動式ミニシネマがいくつかあります。これらはとてもいい成績を収めていますが、収益を上げるにはフィルムをたえず交替しなければならず、オペレーションコストが高くついています。昨年エリクソン氏に会ったとき、同氏はやっと、同氏が選んだ産業部門において必要と感じられることについて、語ってくれました。同氏は、十歳から十二歳の子どもたちのための子ども用乗物機がきっと将来見直される、と感じています。かれはチャック・ワゴン（炊事車）が好きですが、設置面積が広すぎるため、それにふさわしいいくつかの場所でも実現できませんでした。

エリクソン氏は自分の仕事を子ども用乗物機に限定すべきだとは思っていません。適当なものであれば、他の子ども用機械も喜んでオペレートしたい、としています。同氏は、硬貨作動式の〝お話し機〟が成功するのではないか、と思っています。かれはアイディアに富んだ人なのです。

大変高度に専門化された同氏の非常に興味深い会社を総合的にふりかえってみて、同氏はたぶん子ども用乗物機は収益性の最も高いオペレーションではないけれども、最も信頼性の高いものである、と指摘しています。法律的な問題はひとつもありません。そして勤勉でさえあれば、子ども用乗物機のオペレーションは本当に価値あるものに高めることができる、と語っています。

Mary Openshaw

上の写真は人気の高い木馬をはさんで、ハンス・オブ・エリクソン氏（右）と彼の息子マイケル氏。右の写真はRJニューボロ社で作業が行われているところ

コピー排除の徹底求め

AGMAが政府の小委員会で強い意見陳述

米国のAM機メーカーの協会、AGMA（アミューズメント・ゲームズ・マニュファクチュアラーズ・アソシエーション、本部バージニア州アレクサンドリア、ジョー・ロビンズ会長）ではTVゲーム機の無断コピー品排除のため、米国政府の委員会で意見を陳述した。

これは八月二日、ワシントンで開かれたエネルギーと商業に関する委員会の下にある調査監視小委員会で行なわれたもの。この小委員会は聴聞会の形式で開かれ、AGMAからロビンズ会長のほか著作権侵害対策委員会のジェームズ・ロックフォード委員長、グレン・ブラズウェル専務が出席して、意見書のとおり陳述した。同小委員会は米国の州間および外国との商取引で、非合法な通商や不正競争による取引きがどのような影響を与えているかを調査するものとされている。

AGMAの意見陳述は著作権、特許、商標の侵害を扱う議題にそって行なわれたが、これはこの小委員会のジョン・ディゲル委員長の言葉によると「急速に拡大しつつある課題」を示すものとなった。

この意見陳述においてジョー・ロビンズ会長はゲーム機市場において不法なコピー品は数年前の一〇%に比べ現在は三〇%まで増えており、「なお増加中である」と指摘した。そして、これらの不法なコピー品は「どこからでも来るが、とくに台湾、韓国、日本などが問題である。日本ではこのところコピーヤーに打撃が加えられているため、韓国のほうに注意が向けられている。しかし東洋だけではない。不法なコピー品はヨーロッパからも来ており、とくにイタリアはコピーヤーの基地になっている。イタリア以外のEC（欧州共同体）諸国では改善の見通しがついている。そして米国内からもこれらのコピー品が出てきており、これらは各地のガレージや地下室で巧妙なコピーヤーたちがコピー基板を製造し流通されているものである」と語っている。

ロックフォード委員長は「TVゲーム機のほとんどが人気を短い期間しか保てないことから、TVゲーム機の著作権の保護はなによりもす早く、そして徹底的に行なわれる必要がある。このため国内のメーカーは開発製造に要した投資額を取戻すために、法的手続きをす早くしなければならなくなっている。しかし、不法な輸入品がオリジナル品にとって代って市場に入ってきたら、それまでの苦労は水の泡となる。メーカーがこれらに対処する以前に、そのゲームは人気を失ない、かくしてオリジナル品は売れないまま残ってしまう。今まで米国税関は大いに役立ってくれたが、コピーヤーたちもずる賢こくゲーム基板を税関職員に見つからないように巧みに偽装したりしている。しかも税関を通じてのコピー品排除の手続きは手間と費用がかかりすぎる。コピー品が輸入されるたびに、法的手続き費用がかさんでいくわけだ」と陳述した。

ブラズウェル専務はこの小委員会で、輸入業者は出荷された品物がオリジナルメーカーから送られてくるのかコピーヤーから送られてくるのかよく知っているはずである、として、外国のメーカーが作成したコピー品のプライスリストなどを証拠として提出した。同氏は米国税関がこの問題を解決するため果している努力に触れながら、コピーヤーたちは税関の目を逃れるために、まず見付からないという手口を次々とあみ出している、と指摘している。

AGMAの代表団によるこれらの意見や証言は小委員会で記録され、エネルギーと商業に関する委員会で検討されることになっている。

今年のIAAPAショーの開催

出展269社に

11月18－20日、ニューオーリンズで

遊園施設の国際的な展示会、IAAPAショー（通称「パークショー」）は今年十一月十八日から三日間、ニューオーリンズのリバーゲイト展示場で開かれるが、八月上旬現在展示小間はすべて売切れたことがわかった。

このショーは米国に本拠を置く国際的な遊園地業者の団体、IAAPA（インターナショナル・アソシエーション・オブ・アミューズメントパークス&アトラクションズ、本部イリノイ州ウッドデイル、ケネス・ワイン会長）が毎年開いているもの。今年は昨年のカンザスシチーから場所を再びニューオーリンズに移して開かれることになる。

このショーの標準小間は十㌳（約三㍍）×十㌳で小間代は六百五十ドル、角の位置にある場合は割増しとなる。今回は屋内七六九小間と屋外展示が設定されていたが、屋内二百六十三社、屋外六社によってすべて売切れとなっている。しかしまだスペースを増やすことになるかも知れない、とIAAPAの広報担当者は語っている。

なおこのショー自体は十一月十八日から三日間開かれるが、IAAPAが展示会と併行して繰り広げるセミナーなどの各種催しは十七日から開始される。

西独NSM・ローエン社でシュルツ氏が販売責任者に

ユーリッヒ・シュルツ氏

西ドイツの大手AM機メーカー、NSM／ローエングループ（本社ライン州ビンゲン）ではこのほど、ユーリッヒ・D・シュルツ氏を販売およびマーケティング責任者に選任した、と発表した。

NSM／ローエングループはナック、シュルツ、メンケの三氏の頭文字からくるNSM社とその姉妹会社のローエン社が八一年八月に統合して出来たもの。同グループのもとには関連会社がいくつかある。

同社からのニューズレリーズによると、七月一日付でユーリッヒ・D・シュルツ氏がNSM／ローエングループの共同経営者として、その販売とマーケティングの責任者となり、ハンス・ユーゲン・ナップポスト氏は同社を退任した。たったこれだけの短かいニュースなので、編集部としては当惑せざるを得ないが、つまるところシュルツ氏らは八一年八月に現場を離れ、いわば会長職についていたが、業務上の都合で再びシュルツ氏に同社の重要業務を担当してもらうことになったという、Uターン事情を明らかにしたことになる。

不振のアーケードTV機をポーカーへ改造!?

スターン社が改造キット発売

米国のスターン・エレクトロニクス社（本社イリノイ州エルクグローブビレッジ、ゲイリー・スターン社長）ではこのほど二種類のポーカーゲーム・キットの発売に踏み切った。

スターン社はフリッパーメーカーからTVゲームメーカーへ変身してきており、このところTVゲーム機の本体売りが不振なためキット販売を続けてきたが、アーケードゲームからギャンブルものへの転身に踏み切ったことの衝撃は大きい。

同社ではこれらの新製品をポーカー改造キットと名付けており、要は従来のスターン社製またはタイトー・アメリカ社製のアップライトTVゲーム機を改造して、ポーカーゲーム機にするという改造キットを発売したことになる。もちろんスターン社、タイトー・アメリカ社の製品でなくとも改造はできる。

このポーカーゲーム改造キットには「スーパードロー」と「ファーストドロー」の二種類あり、ゲーム内容が少し異なる。

同社ではアーケードTVゲームの売上げの落ち込みを、成人用のゲーム機によって回復させようとするもの、と説明している。しかし、この話はどう考えてもアーケードゲームからギャンブル機への転向であり、問題がないとは言えない。

カナダで技術セミナー

バリーミッドウェー社が開催

カナダ、モントリオールにあるラニエル・オートマチック・マック社では六月二十九日、バリー／ミッドウェー社による技術サービスセミナーを開いた。

この日は当地のオペレーターから五十人以上が参加、講師のボブ・ノートン氏も熱心に語ったもよう。セミナーではTVゲーム機「マッピー」などの実物に基づいて技術サービスの要点が説明されている。

カナダのミッドウェー社技術サービスセミナーにて、上はノートン講師

話題のマシン

7つのキリ絵部分を集める
はめ絵パズル
新日本企画から「タングラムキュー」

タングラムキュー

中国のパズル遊び〝タングラム〟を基本的に採用したTVゲーム機「タングラムキュー」が、㈱新日本企画（本社大阪、川崎英吉社長）から九月下旬発売となる。

これは指定された図形を探し出して決まった位置にはめ込んでいくというパズル形式のゲームで、レバーとボタンを操作する。ゲームはタイマー制で、全部で五十九パターンもある。

画面中央部の枠の中にひとつの大きな図形が現われ、これが七つに分裂して枠の周囲に散らばるとゲームスタート。もとの大きな図形は形だけが残り、七分割したうちの一片（ピース）が点滅、その点滅図形と全く同じ形のピースを、周囲に散らばっているピース群（不必要なピースも含めて十五個表示）の中から探し出す。この場合レバーでピース群を左右に回転させ、枠上部の入口にそのピースが来た時にレバーを止めボタンを押すと、そのピースが枠内に落ちて点滅個所にはめ込まれる。違った形のピースをはめ込むと爆発してアウト。また枠の内側をタイマーのラインが走り一周すればアウト。タイマー内に図形を完成させれば残りタイマーがボーナス点として加算され、次のパターンへと進む。パターンごとに図形は異なる。

三回アウトでゲーム終了だが、一定得点以上でチャレンジ一回が追加される。テーブル18インチ型とミニアップ14インチ型があり定価未定。

イタリア製乗物
関東娯楽から2機種発売に

イタリア・カム社製の定置型乗物機「ヘリコプターポリス」と「ゴールドレイク」の二機種が、関東娯楽工業㈱（本社東京、中村哲社長）から発売となっている。

「ヘリコプターポリス」は警察の水上ヘリコプターをモデルにしたもので、機体は鮮明なブルー。乗客のレバー操作により、下台と機体を結ぶアームがゆっくりと上下動し、上昇と下降を自由にコントロールできる。その間機体は半円運動をするというユニークな動きが特徴。上下のストローク幅は一メートル。作動中にプロペラが回転し、ライトが点灯。そしてヘリコプターのエンジン音が鳴り雰囲気を盛り上げる。作動時間は六十秒。子ども二人乗り。外柵付き。定価八十九万円。

ヘリコプターポリス

「ゴールドレイク」はイタリアの子どもたちに人気のある同名のロボットキャラクターを採用したもので、赤と白を基調に黒、青、黄を使った配色になっている。同機も乗客のレバー操作で上昇と下降ができるなど、その動き、作動時間、定員数は「ヘリコプターポリス」と同じ。作動中に電子音によるロボットの飛行音が出る。外柵付き。定価八十九万円。

ゴールドレイク

ローラースケーターが
ジャンプ体当たり
ジャレコから「トップローラー」

トップローラー

ローラースケートをテーマとしたTVゲーム機「トップローラー」が、㈱ジャレコ（本社東京、金沢義秋社長）から八月二十三日発売となった。

これは㈱ファルコンが開発、㈱ジャレコが同機の権利一切を譲り受けたもの。ローラースケーターを四方向レバー（左右方向とスピードアップの上方向、スピードダウンの下方向）とジャンプボタンを操作する。

スケーターは街路、湖、川、橋などの場面を滑っていくが、周囲には常に敵のスケーターが数人いて妨害してくる。これは振り切って進むか、体当たりで道路端へはじき飛ばしてやっつける。また前方から急に現われるトラックや自動車、オートバイなどは避けるか、ジャンプで飛び越す（高得点）。ジャンプで川も飛び越せるが、スピードに応じた距離しか飛べない。さらに上空からヘリコプターの投下する爆弾にも注意。こうしてゴールまでたどり着くと一パターンクリアとなり、次のパターンへと進みゲームは難しくなっていく。得点は進んだ距離、やっつけた敵の数によって上がっていく。道路端や障害物に当たるなどしてスケーターが三人アウトになればゲーム終了だが、一定得点以上で一人追加される。テーブル18インチ型定価四十八万円。基板販売（八月二十九日から）もあり定価十二万八千円。

話題のマシン

リアルな動きをプログラムした
水上スキー スキルゲーム
アイレム「トロピカル・エンジェル」

トロピカルエンジェル

水上スキーをテーマとしたTVゲーム機「トロピカル・エンジェル」が、アイレム㈱（本社大阪府松原市、高嶋哲社長）から九月中旬発売となる。

これは前方を疾走するモーターボートに合わせ女性が水上スキーを続けていくもので、この女性の動きをレバーで操作する。モーターボートがカーブする時にスキーヤーに加わる荷重力や遠心力、スピードに応じた曲がり方などが実際の水上スキーに即してプログラムされたシミュレーションゲーム。コンピューターグラフィックスを駆使した鮮明な画像で、遠近感のある美しい色彩表現がなされている。全部で八パターンあり、各パターンはタイマー制。

女性スキーヤーは岩場やサメなどをかわしながら、またスラロームコースやダイナミックなジャンプ台をうまく通過しながらゴールに着けば一パターンクリア。途中でボタンを押すと女性は反転し後ろ向きで進むことも可能で、これはハイテクニックを要するが高得点となる。通常コースが六パターン（Bクラス、Aクラス、マイナークラスの三段階が各二パターンずつ）あり、だんだん難しくなっていくが、第三と第六パターンはボーナスゲームになっている。各パターンでタイムオーバーになった時、あるいは最終パターンまで進むとゲーム終了となる。ゲーム中に軽快なBGMが流れ、雰囲気を一層盛り上げる。定価はテーブル18インチ型で四十八万円。

日米のパトカー
日邦のバッテリーカー2種類

警視庁

アメリカン・パト

日邦産業㈱（本社大阪府吹田市、田中謹四郎社長）からバッテリーカー「警視庁」と「アメリカン・パト」が発売となっている。

「警視庁」は同社〝サイドカーシリーズ〟のひとつで、白バイのサイドカーをモデルにしたもの。車体は白と黒が基調で、側面に金色でアクセントをつけ、運転者側の座席は赤、サイドカーの座席は青になっている。作動中にサイレン音が鳴る。作動時間は九十秒。定価三十四万円。

「アメリカン・パト」は同社〝ポケットシリーズ〟のひとつで、米国警察のオートバイをモデルにしたもの。青、白、黄の配色。サイレン音付きで作動時間は九十秒。定価二十五万円。

こまやのアーケード機2種
すごろく ジャンピング
帽子の「アップルマジック」

アップルマジック　ジャンピングラリー

㈲こまや製作所（本社神戸市、田中弘社長）からアーケードゲーム機「ジャンピングラリー」と「アップルマジック」の二機種が、七月二十日発売となった。

「ジャンピングラリー」は車のラリーがテーマのすごろく遊びで、パチンコ式のプライズマシン。まず玉を弾くと、玉はループ状の軌道を回り（二回転半）上部へ飛び上がる。そして盤面右側にある番号の付いたポケット（1から8まで）に入れば、その番号の数だけ盤面のすごろく上をランプが進む。すごろくには途中で一度に数個あるいは十数個分進める個所があるが、スタートへ戻るという個所もあるので注意。うまくゴール（30）で止まれば景品が払出されるが、途中で「アウト」に止まったり、ゴールを行き過ぎればゲーム終了となる。定価四十万円。

「アップルマジック」はどの帽子の中にリンゴが隠されているかを当てるもので、盤面には帽子をかぶったネコやサルなど五種類の動物が円形に並んでいる。「ボタンをおしてください」の指示ランプ点灯中に五種の動物のボタンのうち一つを選んで押すと、各動物が一斉に帽子を取り、選んだ動物の頭にリンゴがあれば当たり。これを四回繰返して三回当たると景品が払出される。なおリンゴが隠された動物の数は一回目は五匹中四匹いるが、二回目以降は減っていく。定価三十五万円。

AM機とあなたの地域社会

硬貨作動式アミューズメント産業についての事実

America loves entertainment. [illegible]y's computerized video games, solid-state pinballs and jukeboxes entertain mi[illegible] a price everyone can afford. Coin-[illegible]ed games are introducing players of all ages to the fascinating world of comput[illegible]al-lenging them to master new skills [illegible]ve fun at the same time.

As the games have g[illegible]wn in p[illegible]ularity, so have misconceptio[illegible] about [illegible] coin-operated amusement ind[illegible]try an[illegible]ple in local communities. To provide [illegible]blic with the facts, the industry has [illegible]ed this brochure.

米国の「TVゲーム機」に関する社会的な非難と誤解に対して、三協会は、共同で対策を進めているが、今回紹介するのは「硬貨作動式AM機とあなたの地域社会」と題する小冊子。三協会とは、オペレーター協会のAMOA、ディストリビューター協会のAVMDA、メーカー協会のAGMA。問答式になっており、裏表紙には要約を掲載している。（編集部）

アメリカは娯楽を愛する国である。今日のコンピューター化されたTVゲーム機、電子回路式のピンボール機、ジュークボックスは、だれでも使える金額で数百万人もの人々に娯楽を提供している。硬貨作動式のゲーム機は、あらゆる世代のプレイヤーたちをコンピューターによる魅惑の世界へと案内し、新しい技を身につけるとともに楽しめるよう促している。

ゲーム機の人気が高まるにつれて、硬貨作動式AM産業ならびに地域社会でのその役割についての誤解が生じてきた。一般の人びとに事実を知ってもらうべく、業界はこのパンフレットを用意したのである。

問　硬貨作動式AM機産業とはどういうものか。

答　この産業のルーツはペニーアーケードが流行した十九世紀までさかのぼる。大恐慌が起ったころ初めて大量生産されたピンボールゲーム機がアメリカに娯楽をもたらし、それ以来硬貨作動式のAM機は社会的現実の一部分となってきた。

今日この産業は三つの部門から成り立っている。つまりメーカー、ディストリビューター、オペレーターである。メーカーは一、二機種のゲーム機しか作らない小さなものから、何ダースものさまざまな硬貨作動式AM機を製造する米大企業の子会社のような大きなものまで、大きさはさまざまである。次いでディストリビューターは、一つまたはそれ以上のメーカーの代理業務を行なっている。最後に、地域社会においてゲーム機を所有し設置するオペレーターがいる。

典型的なオペレーターとは、その地域の住民であり、その地域社会に貢献しているメンバーである。かれは地域社会にかかわっており、そして地域住民を雇用している。オペレーターはゲーム機やジュークボックスや部品をその地域のディストリビューターから購入し、それらをAMセンターや、スーパーストア、レストラン、映画館、酒場などのロケーションに設置する。後者の場合、オペレーターは収入をオーナーと分け合うがオーナーはオペレーターに損得を決することになる余剰収入を与えてくれる。

娯楽産業の他の部門とまったく同様に、ゲーム機にも流行というものがあり、オペレーターは人気の衰えつつあるゲームを取替えることで、プレイヤーの要望に応えなければならない。新しいゲーム機やAM機は、メーカーで雇われている創造性に富むコンピューター技師によって開発されている。これらの技師は最新技術を応用しており、ホームコンピューターや教育補助機器など他の分野にとって役立つ発明を行なうこともある。一つのゲーム機が開発されると、メーカーは数百の労働者を用いて各部品を組立て最終的な製品を作り出す。

問　これは高利潤のビジネスか。

答　典型的なオペレーターの場合は、そうではない。TVゲーム機による当初の二、三年間のとほうもないブーム以後、この市場はあらゆる種類のゲーム機で一杯になってしまった。この飽和状態は、この国の経済の全般的下降と相まって、結果的にTVゲーム機需要の深刻な減少を招いた。七〇年代後半のブーム時でさえ、典型的なオペレーターは投資額の七・五%から八%しか利益をあげられなかったが、これは、金融市場への投資や固定貯金の利率よりずっと低いものだった。

オペレーターにとって、特定のゲーム機の利益率は、そのゲーム機自体の人気と、その設置場所という二つの要因によっている。映画と同様にゲーム機は一般の人びとが楽しめる段階に入ってピークに達し、その後需要は次第に衰えていく。TVゲーム機で平均的な利潤寿命は二十八から四十週間であり、これは同じ娯楽消費支出を分け合っている他のゲーム機や、人気のある映画やスポーツやレコードとの競合したうえでのことである。

機械自体の高いコストに加え、オペレーターは税金、賃金、保険料、家賃、その他事業を行なう通常の経費を支払わねばならない。

オペレーター、ディストリビューター、メーカーというこの産業の三つの部門すべてが、本質的な危機を前提としている。競争の激しいこのビジネスにおいて、成功を収めるゲーム機一台に対して利益の上らないゲーム機が多数あるのである。この厳しい競争は、硬貨作動式AM機産業で成功するには、ビジネスについて知り尽していること、タイミングに対するカン、多額の投資、危険を恐れぬこと、そして大量のハードワークが必要なことを意味している。

問　この産業はどのように地域社会に役立っているか。

答　地域社会がこの産業から受ける恩恵には何通りかあり、主にその地域のオペレーターの活動を通じてである。

働き口。典型的なオペレーターは機械のサービス、アーケードの管理、事務仕事などに十名の常勤労働者を雇っている。

機械が設置されている地域のレストラン、スーパーストア、酒場などのオーナーは、オペレートコストを分担するとともに、それらによる収益から恩恵にあずかる。

オペレーターは、他の人びとのためのビジネスを生み出すことで、地域の経済に重要な貢献を果している。かれは機械の移動とサービスのため地域のディーラーから車を（税金や免許を含め）買い、そして地域の地主に賃貸料を支払うか建物が自分の持ちものの場合資産税を納付する。さらに彼は地域の弁護士や会計士や、その他金融、保険および警備保障などのサービス業を利用する。かれはまた連邦税と州税を支払う。

問　AMセンターに集まる人びとは、地域の犯罪率を増加させているか。

答　AMセンターが犯罪を助長するという統計的証明はひとつもない。実際多くの警察署はまったく逆のこと、つまり管理の行き届いているゲームセンターは乱暴行為やその他の諸問題を減少させていること——を見出している。バージニア州フェアファックスからカリフォルニア州サンノゼに至る地方管区では、地域のオペレーターに、硬貨作動式ゲーム機をその地域のリクレーション施設に置かせるよう協定している。

連邦政府の資金援助で行なわれたある調査によると、ウィスコンシン州議会の刑事裁判に関する会議で、同州プラッツビルにおける青少年犯罪が硬貨作動式ゲーム機を置くリクレーションセンターを設けたところ減少した、ということを見出している。青少年の逮捕率は、その施設のオープン一ヵ月後に下降し、以後調査期間中下がったままであった。

問　TVゲームは常用癖をもたらすものか。

答　ちがう。まず第一に常用癖という用語は、習慣性をもたらす麻薬についていう身体的依存を意味するものである。

第二に、ゲーム機は魅力的で挑戦的ではあるが、普通の意味で習慣性をもたらすものではない。ゲーム機は楽しむものであり、ゲームをマスターするプレイヤーは自分の技の上達に大きな満足感を得るものである。かれらは楽しみ、しばしば長時間プレイするが、それはスポーツや趣味の場合とまったく同じことなのである。

問　プレイヤーがTVゲーム機によって得るものはあるのか。

答　もちろん。ゲーム機は家族向けの娯楽となるよう開発されている。健全なAM機であり、そのうちヒットマシンはあらゆる世代の数十万人のプレイヤーにアピールする。今日のTVゲームはプレイヤーに対し娯楽を提供する以上にもっと多くのものを与える、と考えている心理学者は多く、それは次のように説明されている。

第一に、ゲーム機は、身体的な能力やサイズや年齢に左右されない技の競技というものを提供してくれる。「ゲーム機は電子技術によっていることで偉大な平等推進者である」と、クラーク大学の心理学者ジェームズ・D・レアドが記述している。事実、TVゲーム機を設置したいくつかの老人ホームの報告によれば、これらのゲーム機でプレイした結果、老人たちの関心と自覚が高まったとされている。

第二に、ゲーム機は他の作業に転換可能な技を発達させることもある。有名な家庭心理学者、リー・ソーク博士は「ゲーム機は子どもたちだけでなく大人たちにとっても挑戦的かつ刺激的であり、プレイヤーがさまざまな技を発達させるのに役立つ」と述べている。ゲーム機は、目と手の連動能力を向上させるす早い反射動作を必要とし、さらにプレイヤーに作戦計画を考えさせる。マサチューセッツ工科大学（MIT）の社会学者シェリー・タークルは「スミソニアン・マガジン」に書いた論文の中でこう報告している。「私が見出したことは偉大な運動選手の体験——つまり身体で考えることができるという体験である。ゲーム機はこの体験を、はるかに多くの人びとに味あわせている」

現在までのTVゲームについての数少ない心理学的研究のひとつにおいて、スタンフォード大学のトマス・W・マローンは、ゲーム機が教育をより楽しいものにすることのできる方法として、プレイヤーに挑戦する、幻想的状況を提供する、そして好奇心を刺激し満足させる——という三通りの方法を見出している。

硬貨作動式AM機についての基本的事実

硬貨作動式AM産業は資本集中的であり、地域社会に利益をもたらすものであり、長いことアメリカ社会の一部を構成してきたものである。このビジネスで成功するには、リスクを負うこと、信用投資、ビジネスの知識、そしてハードワークが必要である。

硬貨作動式TVゲーム機は面白いから人気があるのである。力強いことや、特別な衣服や器具やトレーニングも必要ではない。

TVゲーム機は、私たちのますますテクノロジー化する社会において欠かすことのできない一部分である。それらはコンピューター学習の第一歩なのだ。

ゲーム機は娯楽のために開発されているが、眼と手の連動能力を向上させ、有益な生活上の作業に転換可能な他の技を教える——と信じる心理学者や教育者たちもいる。

連載小説〈29〉

朝日のごとく爽やかに

和佐 健吉

時代について(C)

洋風の飲屋にしては照明が意外に明るくマダムの顔なども小さな翳りさへなく派手なつくりの容貌を残す隈なく背景から浮き彫りにしたように際立たせている。小さな眼尻にはしりやすい皺や染みもなくしっとりとした肌からみるとこのマダムはそう年齢をとってはいないようだ。

「明るい店だな」

「そうよ。私はネクラは大嫌いよ」

「明るすぎて何も出来ないって感じさえする」

「何をなさりたいの」

「別に何って訳じゃないけどさ」

「では、よろしいではないこと、これで非常に気をつかったのよ照明には、一見明るそうだけどこれはみな間接照明だから強い刺激がないように工夫しているのよ」

「でもね」

「でもとかしかとかおっしゃる方は男らしくないわ」

「そんなもんかね。でもさ昔から言んじゃない水清ければ魚住まず」

「わたくしは清い水に住んでいる魚が好みです。わ」

「タカラズカだな。清く明るく美しくってさ」

「そうね。それに正しくとか強くとか貧しくとかそういうのをくっつけて考えるのが好きだわ」

淳介はむきになりながらそれでもその豊かな頬に微笑を絶やさず唄うような口調で幾分可愛く嗄れるような声で話すマダムを面白い女性だとおもいだした。

淳介の隣に座っているアルバイトの女子大生が淳介の膝をぎゅっとつねる。

「おいおいキミ暴力はいかんよ」

「何もしてませんわよこんなに明るいのに」

「暴力でズボンのファスナーを下げたりしてはいけませんよ」

「まあ」

自称女子大生はもう一度淳介の膝をつねる。

「おいおい自分で勝手に昂奮してそんなに力をいれて握ったら大事なボクの睾丸がつぶれてしまいますよ」

膝に爪をたてられて痛いので眉をしかめながら淳介の方こそ自分勝手に好き放題のことを言って適当に女子大生をはぐらかしているつもりだ。

「ま、中年の厭らしさまるだしですわ」

「え、まるだしが好きなの」

「話の次元が違いますわ」

「そう、そんなものですか」

「このところ若い女の子がまた黒が好きになってるでしょう。ほらもうちょっと前によくTVでうつしていた原宿のタケノコ族とか」

「うん」

「あんな黒とか暗いとかを見るとよけいに白とか明るさがいいなとおもいますわ」

「黒とかチャコールグレイとかの流行は松本清張の黒からはじまったのではないのかな」

淳介がまたマダム相手に話をはじめだしたのでまた無視されるのは御免だわよという感じで隣の女子大生が口をはさむ。

「あら、チャコールグレイってどんな色」

「消し炭色っていうのかな。ほんとうに濃いグレイでグレイというよりはむしろ殆んど黒に見えるような色さ」

「あれが流行したのは昭和三十四、五年だったのではないかしら、わたくしまだ子供だったからはっきりしないけど、ほら、フラフープとかダッコちゃんて真っ黒で腕にとまる人形とかが流行した時代でしょ」

「そう、そう、所謂アンポの時代だったな」

「アカシアの雨にうたれて、このまま死んでしまいたいでしょ」とマダム。

また女子大生がいう。

「西をむいてもダメだから東をむいただけなのさもその頃かしら」

「イヤ、それはまたちょっと後になるのさ」

「そうですか」

「古い歌を知ってるんだな、キミ本当は古い人なのとちがう」

「まあ」

「ねえ、ねえ、松本清張といえば」

なぜか、マダムの話し方に熱が入ってきた。

「なに、松本清張といえばって」

また女子大生が間に入って、

「松本清張っていえばわたくしこの間ずいぶんと長い小説をふたつも読んだばかりよ。《彩りの河》っていうのと《迷走地図》っていうのと」

「ちょっと前の週刊誌に出ていたけどなんだったか元首相夫人のラブレターがなんとかいうのと《迷走地図》とは関係があるのかな」

「そういえば、あの小説のなかで首相候補夫人のラブレターというのが出てましたわ」

「でもそれは別に直接には関係はないんでしょう」

「そうかな、丁度あの話のすぐ後で松本清張の子供がゲームマシーンで賭博をやっていたというので警察にあげられたと新聞に出てたけど、私などは下司の勘ぐりであの元首相夫人が秘書に出したラブレターと《迷走地図》とに深い関係があり、それで子供が刺されたとばかりおもってたけど」

「そうそう、私もてっきりそうだとおもっていましたわ、子息はD通って大手の会社に勤務していてしかも勤務時間中に賭博行為があったというので懲戒免職だったんでしょ」

「真相は分らないんだよな。ああいうことは」

「新聞記者も分らないのかしら」

「さあね、あのPさん、うちのお客さんの」

「うん、うん、あのスカッとした人のことでしょう」

「そう、Pさんは A新聞の記者なのよ」

「私、てっきり商社マンか銀行マンとばっかりおもってたけど、Pさんて新聞記者なの」

「人は見かけによらないものよ」

「また古い、それで」

「でさ、Pさんが言ってたけど新聞記者って知ってても書けないことが随分とあるそうよ」

「書きたければ書いてもいいけど、後でどんな事が起きても新聞社の方では責任を持たないぞって部長とか編集局長が言うんですって」

OCTOBER 1

Game Machine's Best Hit Games 25

■テーブル型ＴＶゲーム機 (TABLE VIDEOS)

	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
★1	エレベーター・アクション（タイトー） Elevator Action (Taito)	7.09
★2	チャンピオン・ベースボール（アルファ電子／セガ社） Champion Baseball (Alpha/Sega)	6.57
3	プロサッカー（データイースト） Pro Soccer (Data East)	6.36
4	ゼビウス（ナムコ） Xevious (Namco)	6.18
5	マリオブラザーズ（任天堂） Mario Bros. (Nintendo)	6.05
6	ジッピーレース（アイレム） Zippy Race (Irem)	5.85
7	バトル・クルーザー M12（シグマ） Battle Cruiser M-12 (Sigma)	5.71
8	バーディーキング２（タイトー） Birdie King 2 (Taito)	5.50
9	ギャラガ（ナムコ） Galaga (Namco)	5.38
10	T.T.マージャン（タイトー） T.T. Mahjong* (Taito)	5.00
10	ハンバーガー（データイースト） Burger Time (Data East)	5.00
10	花札（セタ企画） Hanafuda* (Seta)	5.00
10	花あわせ（セタ企画） Hana Awase* (Seta)	5.00
14	マッピー（ナムコ） Mappy (Namco)	4.84
15	スタージャッカー（セガ社） Star Jacker (Sega)	4.71
16	花ピューター（日本物産） Hana Puter* (Nichibutsu)	4.66
17	ペンゴ（セガ社） Pengo (Sega)	4.62
18	プロゴルフ（データイースト） Pro golf (Data East)	4.50
19	ジャントツ（サンリツ） Jantotsu* (Sanritsu)	4.42
20	ドンキーコング（任天堂） Donkey Kong (Nintendo)	4.40
20	雀豪（日本物産） Jangou* (Nichibutsu)	4.40
20	ミスター・ドゥ（ユニバーサル） Mr. Do! (Universal)	4.40
23	ギャラクシアン（ナムコ） Galaxian (Namco)	4.22
24	ディグダグ（ナムコ） Dig Dug (Namco)	4.00
24	麻雀教室（新日本企画） Mahjong Kyositsu* (SNK)	4.00

* The Traditional Japanease Games

評価 (RATING)
調査ロケーションの設置機種を売上げと人気度から見たランク付けで、各オペレーターの判断によるデータを集計、その平均値を示したもの。数字の意味は10：これ以上ない爆発的な人気と売上げ、9：すばらしい人気と売上げ、8：大変いい人気と売上げ、7：いい人気と売上げ、6：まあいい人気と売上げ、5：平均的なもの、4：平均以下（以下省略）

■テーブル型新製品 (NEW VIDEOS - TABLE TYPE)

	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
★1	チャンピオン・ベースボール パートII（アルファ電子） Champion Baseball PartII (Alpha)	7.66
2	ミスター・ドゥ 対 ユニコーン（ユニバーサル） Mr. Do VS Unicorns (Universal)	4.50
3	ウォータースキー（タイトー） Water Ski (Taito)	3.66

■アップライト、コックピット型ＴＶゲーム機 (UPRIGHT / COCKPIT VIDEOS)

	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
★1	アストロンベルト（セガ社） Astron Belt (Sega)	7.11
★2	ウルトラクイズ（タイトー） Ultra Quiz (Taito)	7.00
★3	ポールポジション（ナムコ） Pole Position (Namco)	6.95
4	ズーム 909（セガ社） Zoom 909 (Sega)	5.33
5	頭の体操（ユニエンター） Atama No Taisou (Unienter)	5.20
6	グランドチャンピオン（タイトー） Grand Champion (Taito)	4.75
7	モナコグランプリ（セガ社） Monaco GP (Sega)	4.40
8	ターボ（セガ社） Turbo (Sega)	4.33

■フリッパー (FLIPPERS)

	機種名（メーカー名） MODEL (MANUFACTURER)	評価 (RATING)
1	ローヤルフラッシュＤＸ（ゴットリーブ） Royal Flash DX (Gottlieb)	6.00
1	アマゾンハント（ゴットリーブ） Amazon Hunt (Gottlieb)	6.00
3	スーパーオービット（ゴットリーブ） Super Orbit (Gottlieb)	5.33
3	エンブリオン（バリー） Embryon (Bally)	5.33
5	ワーロック（ウィリアムズ） Warlok (Williams)	5.00
5	ファイアーパワー（ウィリアムズ） Fire Power (Williams)	5.00

調査ご協力店（順不同）
ルナパーク（東京・新宿）、ロサ・ゲームランド（東京・池袋）、ジョイプラザ21（京都・新京極）、タイトースペシャル（大阪・梅田）＝㈱タイトー； ジャック&ベティ（東京・神田）、ＵＦＯ（東京・鶯谷）、セガセンター・ニュー光（大阪・心斎橋）、モンテカルロ（京都・北区）＝㈱セガ・エンタープライゼス； ゲームスペース・ミライヤ（東京・蒲田）、プレイシティキャロット新宿店（東京・新宿）、ビッグキャロット新橋店（東京・新橋）、なんばシティビッグキャロット（大阪・難波）＝㈱ナムコ； ゲームファンタジア・シグマ（東京・渋谷）、ゲームファンタジア・イズミ（東京・新宿）、ゲームファンタジア・スーパーII（東京・池袋）＝㈱シグマ； アメニティパーク・リノ梅田店（大阪・梅田）、アメニティパーク・リノ千日前店（大阪・千日前）＝㈱アポロ； カーニバルプラザ（東京・新宿）＝㈱エスコ貿易； ワールドゲーム・ミリ（東京・新宿）＝㈱東京キャビオート； ゲームプラザ・シルビア（東京・新宿）＝㈱東京マルサン； プレイランド（東京・蒲田）＝㈱プレイランド； 名鉄レジャック（名古屋・駅前）＝㈱水野商会； ビデオイン・キャッスル（小倉・駅前）＝㈱岡田商会。

英文版業界ニュース

Overseas Readers Column

Operations Of Gambling Machines For Minors Should Be Restricted

On July 27 the Japan Amusement Operators Union (JOU) of Tokyo (president, Yoshinobu Hayami) held a meeting of the board of directors in Tokyo, to discuss the extent to which "gambling machines for minor" should be permitted to operate. On July 30, JOU submitted a report on the results of these discussions, as a "request", to the Japan Amusement Machinery Manufacturers Association (JAMMA) of Tokyo (president, Masaya Nakamura).

The meeting was urgently called by JOU due to indications that soon there will be a proliferation of gambling machines for minor which features large payouts. Hiroshi Uchida, director of JOU and chairman of Nihon Amusement Machine Operator's Association (NAO), suggested that "From now on, we should eschew from handling gambling machines for minor because its feared that their gambling instincts will be fanned" and that "We are going to request that manufacturers not produce such machines for childrens"; the background to the recently held meeting.

The JOU trade grouping is about 10 years old, and consists of 45 operators. It mainly conducts the jointly purchase of amusement machines, and has taken steps to resolve various operational problems. All JOU members are also members of NAO which has about 400 operators. The small number of firms in JOU is due to the fact that it is difficult to join, while it is comparatively easy to join NAO. Still there are many non-NAO member operators in Japan, and it is said that NAO has organized about 30% of all operators.

JOU's "request" as submitted to JAMMA stated that "The manufacture and operate of gambling machines for minor should not basically be permitted, but in view of the fact that such machines are already widely in operation, their operation should be permitted if one play is less than 30 yen with the maximum amount of payout being less than 10 tokens." This is contradictory, but the requirements are severer than the "Control Standards for Gambling Machines" as stipulated by JAMMA.

The statement "The manufacture and operation of gambling machines for minor should not basically be permitted" comes from the idea that the indigenous medal game system (token-in token-out) is intended for adults, not minors and children who are not held accountable for their deeds should not be permitted to pseudo gamble. Thus, this statement is only natural. In the past, the Japan Amusement-Trade Association (JAA), that was succeeded by NAO, JAMMA and JAPEA, stipulated similar restrictions. "Gambling machines for minor" refer to those gambling machines that are not in need of skill, and are purely a game of chance played by using 10-yen coins. Many of them are flickering electric light roulette type games. One of the most popular games in this category is Konami Industry's "Piccadilly Circus". This machine allows a player to bet on a maximum of 24 10-yen coins at a time. The cards that may be won are 6, and on each card player can bet on up to 4 coins. Electric lights turn in roulette style and when they stop, if that card wins, the player is awarded a maximum of 120 tokens. To continue playing the tokens paid out can be insert instead of 10-yen coins. The main frame's panels are designed for childrens enjoyment. This type of machines are manufactured by many companies, but Konami's are said to be the most popular. In some prefectures, for administrative reasons, the operating of such minor gambling machines is prohibited under prefectural ordinance. The Police Agency has also commented that in its opinion "Operating of them is not good." Thus, one might imagine that it is a very strange phenomenon that this type of machine is in operation widely across the country.

Despite these circumstances, NAO and JAMMA, which were set up after the dissolution of JAA (in December 1980), delayed announcing their views and only last year, expressed an opinion. According to that opinion, maximum payout at one time should be less than 180 tokens, with one play being less than 30 yen. While no reasoning for this new definition has been explained, it has already been passed by the Healthy Amusement Promotion Committee (chairman, Kazuo Okada) of JAMMA, without the administrative guidance of the Police Agency, or other concerned parties and has been adopted in total by JAMMA and NAO. Thus, the manufacture and operation of gambling machines for minor has been completely authorized – in fact encouraged – by JAMMA and NAO, while administrative authorities including the Police Agency have shown no concern about the above and are indifferent.

It was due to these circumstances that JOU brought this problem into the limelight again in the form of their "request" for JAMMA. The "request" itself however has contradictory elements as referred to earlier. In contrast to the statement in the first paragraph that the manufacture and operation of gambling machines for minor should not basically be permitted, they suddenly moved into a compromising position, and then, after all, concluded that their operation should be permitted if one play was less than 30 yen with the maximum amount of payout being less than 10 tokens. If an actual coin should be paid out, even though, it might be smaller than 10 yen, such players and operators can be arrested instantly as a gambling criminal under Japanese criminal law. (In fact, there have been such cases concerning childrens gambling machines.) Usually though, tokens are paid out. In any case, the stipulations in JOU's "request" as a "maximum amount of payout of less than 10 tokens" are severer than "less than 180 tokens" as called for by JAMMA and NAO, and JOU suggests that gambling machines for children should be controlled more severer. JOU has moved a step forward in trying to prevent a game of chance that has no element of intervention of skill from being played by children. This would permit only adults to play at medal game parlors which maintain certain rules (i.e. medals paid out are not exchanged by cash or goods).

Due to the video poker boom that has penetrated Japan since last year and the increased police control over it there is a growing tendency of people to feel that amusement machines are also an enemy to society, and this has led to stagnant amusement machine operations. If social criticism increases and focuses on the fact that operators are allowing children to gamble, it will become difficult to counter such public criticism. However, much they stress that arcade videos and other arcade games are good for children, there is a possibility that they will be criticized because some will observe that "Arcade games are the same as gambling machines, so their operators are allowing and encouraging children to commit unlawful acts." Thus, though contradictory, JOU's request may be regarded as an expression of an effort to solve the complicated problem.

Sega Celebrates H. Nakayama As President

On August 5, Sega Enterprises Ltd. of Tokyo held a party at the Hotel Okura, Tokyo, in commemoration of Hayao Nakayama's assuming the presidency. The party was attended by nearly 500 amusement machine manufacturers, and related personnel. They congratulated Nakayama and hoped that he will be more active as a trade leader. Teruo Miura, vice president, Tokuzo Komai, executive director, and other Sega directors along with Kenjiro Mori, president of Esco Trading Co., Inc., a sister company, also attended as a host, and entertained the guests.

Sigma Debuts Video "Battle Cruiser M-12"

On August 1, Sigma Enterprises Inc. of Tokyo set about the distribution of its new video game "Battle Cruiser M-12". It is a naval battle game in which a battle cruiser (controlled by players) is pitted against an under-the-sea submarine fleet. There are three scenes, and every time each scene has been cleared, the difficulty increases. This video game is mainly shipped in the form of PC boards, though it also is shipped as an upright, table version.

Editor: *Masumi Akagi*
Publisher: **Amusement Press, Inc.**
9-16, Kamiyamacho, Kita-ku, Osaka, 530 Japan

自慢の足でキック！ジャンプ！ダッシュ！

ジャングルの動物相手に大さわぎ。

カッパにはチト弱い

ダチョラーの めちゃんこ大冒険

DACHOLER

ダチョラー

ジャングルを騒がすいたずらダチョウのお通りだい!!

CANDY

JANGOU Night

ジャンゴウナイト

上がるたびにバニーガールの衣裳がはずれます
5回連続上りでウフフ…？
お楽しみ

18″テーブル

- プレイヤーがあがれば、役に応じ得点が加算。
- コンピューターがあがれば、役に応じ得点が減算。
- コンピュータ同志のフリコミは再ゲーム。
- スコアーが0になればゲームオーバー。
- 親があがれば勝ち得点は倍。

Nichibutsu
日本物産株式会社

本　社　大阪市北区天神橋1丁目12番9号 〒530
☎(06)353-5211(代) TELEX523-6891NCBCOLJ
東京日本物産(株)　東京都中央区日本橋堀留町1丁目5番12号
ヤシマ日本橋ビル 〒103　☎(03) 664-5271(代)

(株)ニチブツ札幌　札幌市豊平区中の島1条7丁目1-1京王もなみマンション　☎(011)824-2571(代) 〒062
(株)ニチブツ仙台　仙台市本町2丁目14番21号　図南ビル1F　☎(0222)65-5571(代) 〒980
(株)ニチブツ広島　広島市南区東霞町2番17号 第2つきむらビル　☎(082)253-6131(代) 〒730
(株)ニチブツ九州　福岡市博多区博多駅南4-4-17新常盤ビル1F　☎(092)472-7221(代) 〒812
京都工場　京都府久世郡御山町大字市田小字新珠城12-1　☎(0774)44-6262(代) 〒613
NICHIBUTSU U.S.A CORP. 15407 SO. BROADWAY, GARDENA, CALIFORNIA, 90248, U.S.A. TEL.(213)538-2162
TWX9103466952 NCBTUSA
NICHIBUTSU U.K.LTD. 999 WOLVERHAMPTON RD.OLDBURY. WEST MIDLANDS, B694RJ U.K. TEL.(021)544-4299
TELEX 335949 NICHUKG